

2025年12月期 通期

決算説明資料

Zoff

INTERMESTIC INC.

本資料について

■本資料における業績の構成要素について

- 当社は2025/10/1にビジョナリーHDグループ（以下VH）の株式を取得しグループ会社化したものの、会計上はみなし取得日制度を活用しており、2025/12/31をみなし取得日としている
- 結果として、本資料における業績の構成要素は以下の通り、FY25のPLにはVH事業は含まれていない点に留意
（※）M&A関連で発生したアドバイザリーフィーなどのコストはFY25のPLに含んでいる

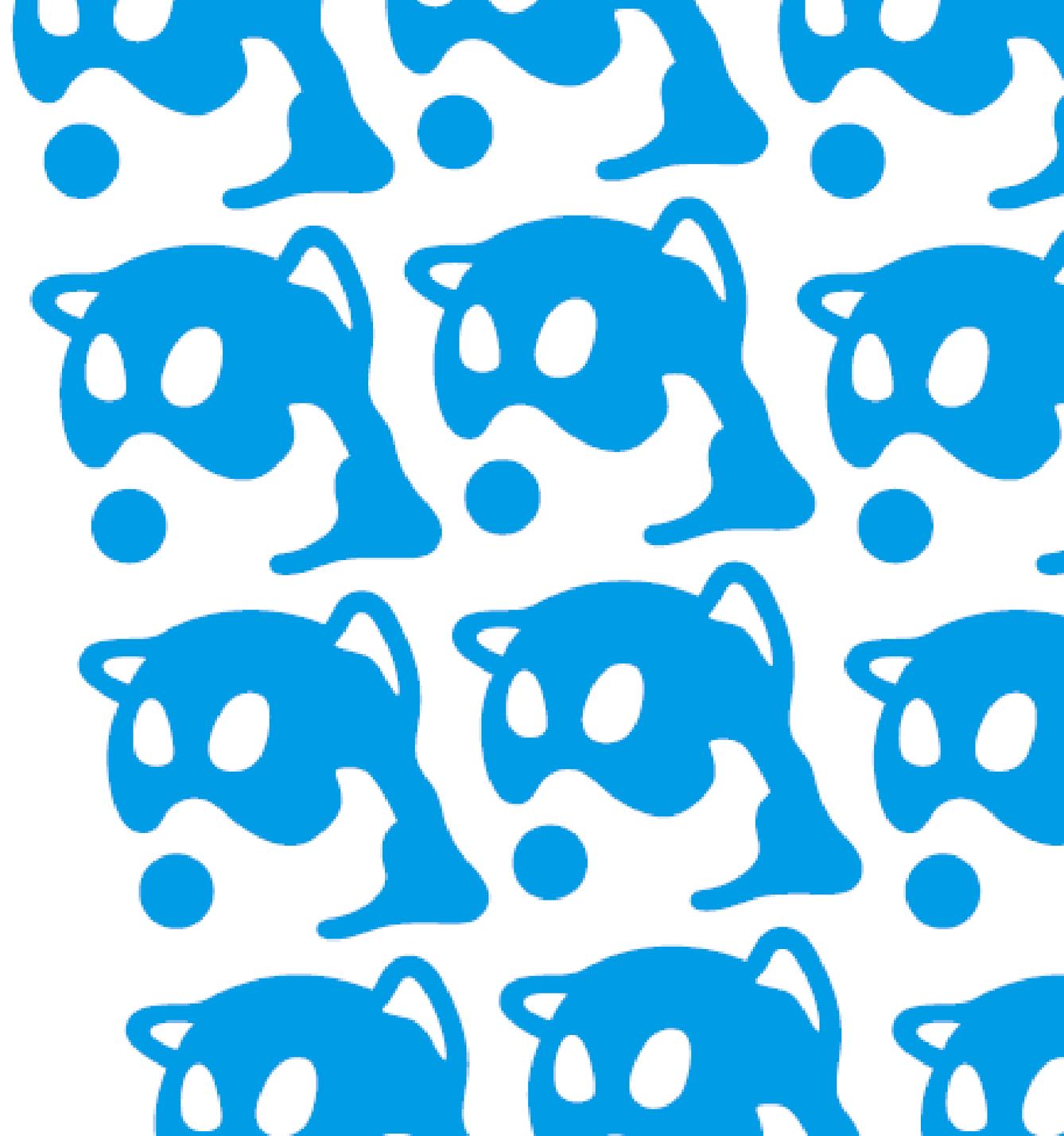
	FY25	FY26予想
PL	Zoff事業のみ	Zoff事業+VH事業
BS	Zoff事業+VH事業	

■EBITDAの開示について

- VHのM&Aに伴いのれん償却費が発生するため、より適切な業績を示す指標として本資料においてEBITDAを開示するものである
- EBITDAの計算式は以下のとおり

$$\text{EBITDA} = \text{営業利益} + \text{減価償却費} + \text{敷金償却費} + \text{のれん償却費}$$

2025年12月期 通期
連結業績



主要連結財務指標・KPIs
(2025/12期)

連結売上高

501.5億円

+11.8%
(前年同期比)

売上高総利益率

76.7%

+1.5pt
(前年同期比)

営業利益率

11.9%

+0.7pt
(前年同期比)

Zoff国内店舗数
(2025/12時点)

332店舗

+25店
(前期末比純増²)

Zoff既存店増収率¹

+8.2%

累計
(前年通期+12.85%)

サングラス売上高¹

60.4億円

+26.6%
(前年同期比)

EC売上高¹

37.0億円

+14.5%
(前年同期比)

Zoff国内新規出店数²

28店舗

(2025年通期)

注1：既存店増収率、サングラス売上高、EC売上高の数値においては管理会計上の数値を記載

注2：純増数においては退店数を含み、新規出店数においては退店数を含まない

2025年12月期 通期 連結業績

- ・ 売上高はサングラスの成長を軸に前期比 +11.8%増と好調に推移
- ・ 売上総利益率は過年度の商品価格改定や有料レンズ購買率の上昇などにより前期比+1.5ptの改善を実現

単位：百万円、%	2024/12期		2025/12期予想 ²		2025/12期				コメント	
	金額	売上比 %	金額	売上比 %	金額	売上比 %	前期比 %	予想比 %		
売上高	44,845	100.0	50,450	100.0	50,151	100.0	+11.8	▲0.6		
売上総利益	33,707	75.2	-	-	38,470	76.7	+14.1	-	過年度の商品価格改定や有料レンズ購買率の上昇	
販売管理費	28,695	64.0	-	-	32,479	64.8	+13.2	-	店舗出店による減価償却費が増加、広告宣伝費及び人件費が増加したが、売上高の成長により売上高比率は前年比で同程度で着地	
営業利益	5,012	11.2	5,986	11.9	5,990	11.9	+19.5	+0.1	上記記載の影響により増益	
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,515	7.8	4,051	8.0	4,119	8.2	+17.2	+1.7	FY24は一過性の事由に伴い発生した税効果により、FY25比で低い実効税率が適用。結果、前期比は営業利益に比べ緩やか	
EBITDA	5,903	13.2	-	-	7,161	14.3	+21.3	-		
1株当たり配当	40.20円		44.00円		44.00円				0円	2025/11/25に開示した上方修正の通り増配

注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

注2：2025/11/25に開示した上方修正後の業績予想

セグメント別売上高実績

- 国内事業においては店舗成長を軸に+12.0%と順調に推移
- EC事業においては、コラボ商品の販売が成長を牽引

単位：百万円、%	FY24	FY25	前期比	コメント
国内事業売上高	43,977	49,253	+12.0	店舗成長が好調に推移し、前期比で高い成長を実現 ※収益認識基準の調整により、前期比の数値は店舗/ECよりも低位になる
店舗	41,230	46,290	+12.3	既存店の成長を基に前期比増収
EC	3,235	3,703	+14.5	コラボ商品などを基に前期比増収
海外事業	868	898	+3.5	

注1：外部顧客への売上高のみ記載

2025年12月期 連結業績（販管費）

- マーケティング施策による広告宣伝費、出店及び改装に伴う減価償却費の増加、人的資本への投下に伴い人件費が増加したものの、売上高の成長により販売管理費率は同程度に着地

単位：百万円、%	2024/12期		2025/12期			コメント
	金額	売上比 %	金額	売上比 %	前期比 %	
販売管理費	28,695	64.0	32,479	64.8	+13.2	
人件費	13,089	29.2	14,466	28.8	+10.5	業績連動賞与の支給により、金額は増加したものの売上増加に伴い比率は減少
店舗賃借料	6,322	14.1	7,047	14.1	+11.5	過去最大の出店数により費用は増加したものの、既存店増収による売上比率の抑制が上回り比率は同程度に着地
広告宣伝費	1,901	4.2	2,523	5.0	+32.7	サングラス関連のマーケティング費用投下で比率増加
減価償却費	815	1.8	1,096	2.2	+34.5	出店及び改装に伴い比率が増加

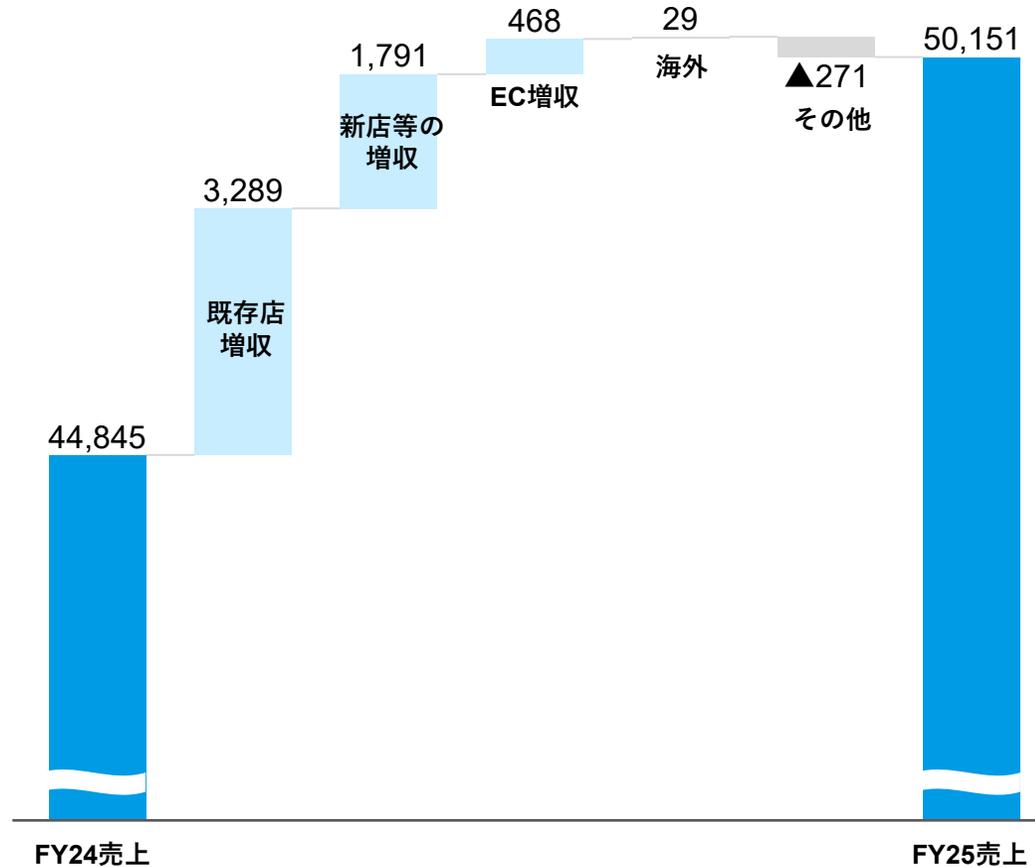
注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

前期との差異内訳

- 売上高は国内既存店増収率が通期で+8.2%となり、成長を牽引
- 利益面では費用が増加したものの、粗利益の増加が上回り増益

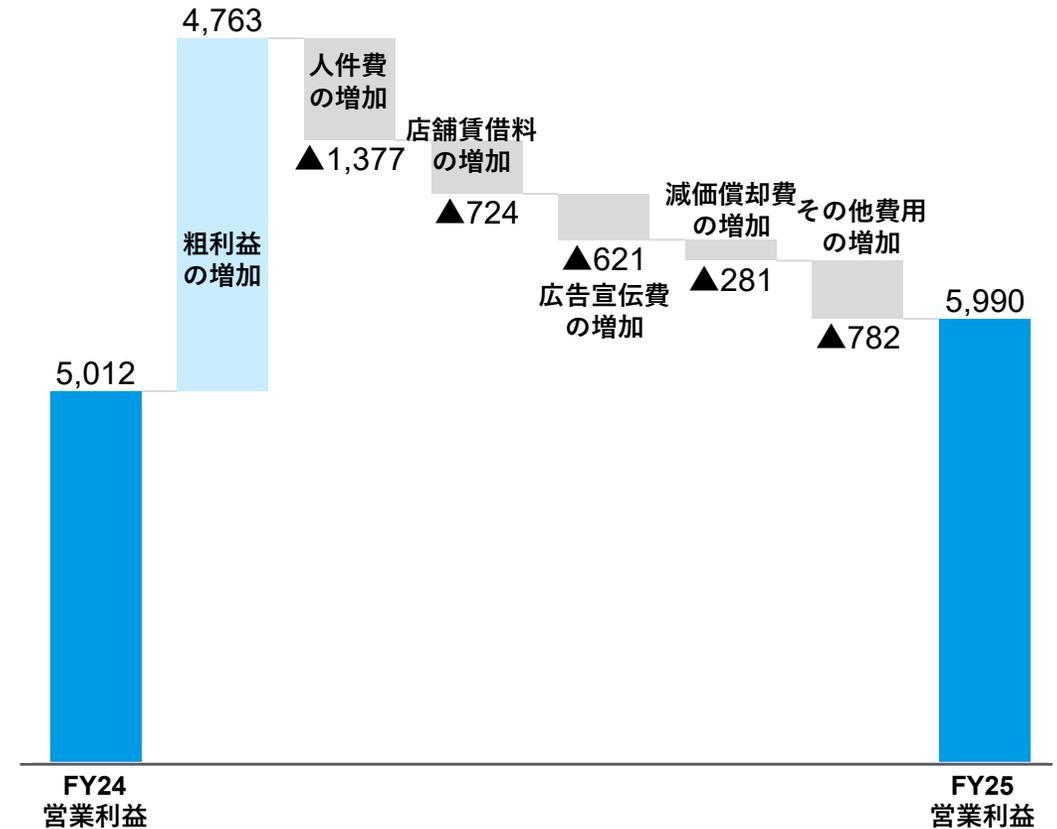
売上高推移¹

(百万円)



営業利益推移¹

(百万円)



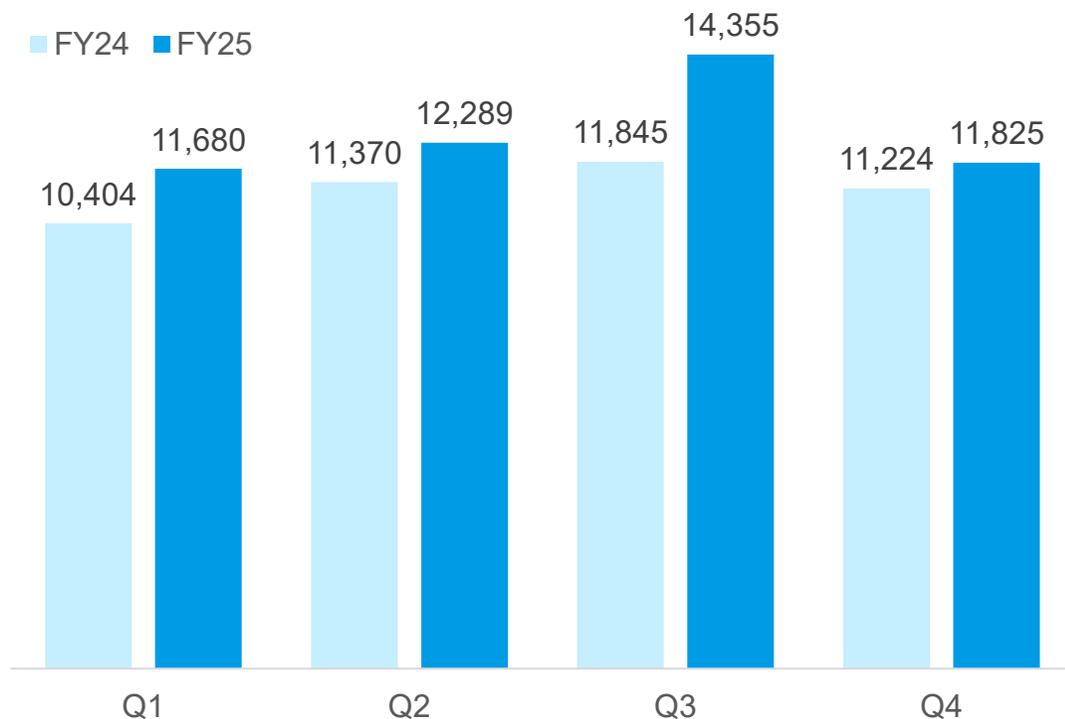
注1：一部の数値については管理会計の数値を使用。また切捨て表記のため、合計が一致しない場合がある

四半期ごとの売上・営業利益推移

- 売上高は全Qで前年を超過、3Qはサングラスのマーケティング施策が奏功し、大幅増収
- 利益面では1Qは粗利益の増加により営業利益が前年を大幅超過。4Qは業績連動賞与・広告宣伝費の影響で赤字着地となるも通期を通じて、前期比上振れで着地

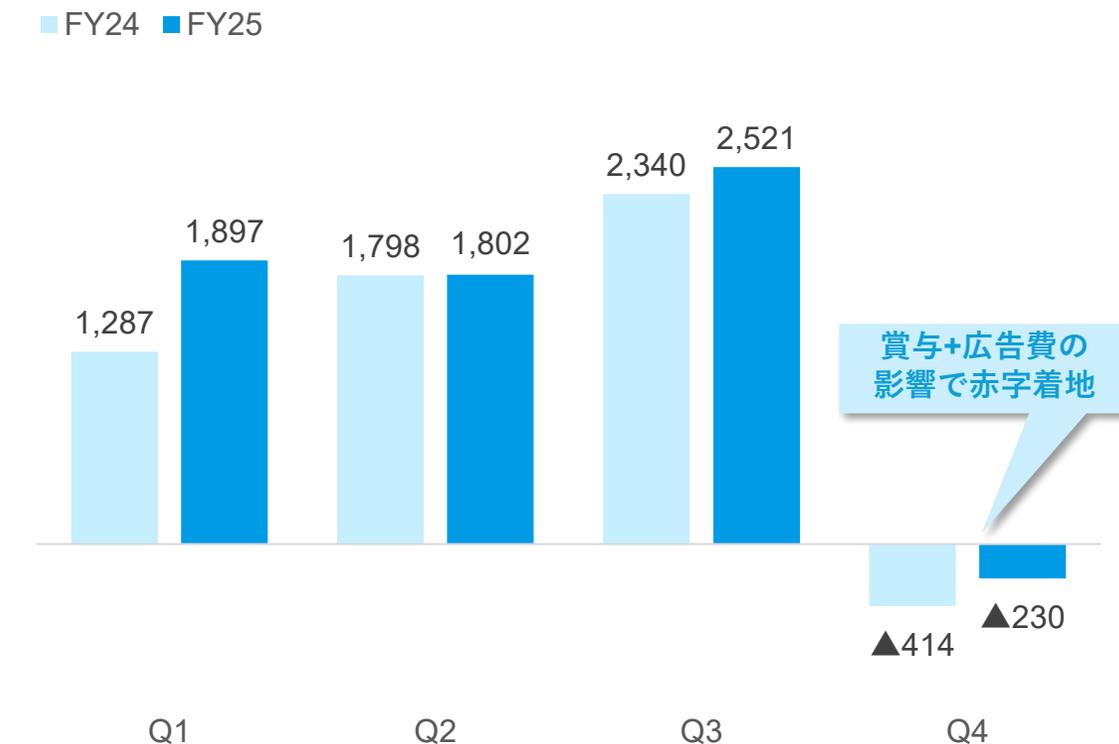
売上高推移¹

(百万円)



営業利益推移¹

(百万円)

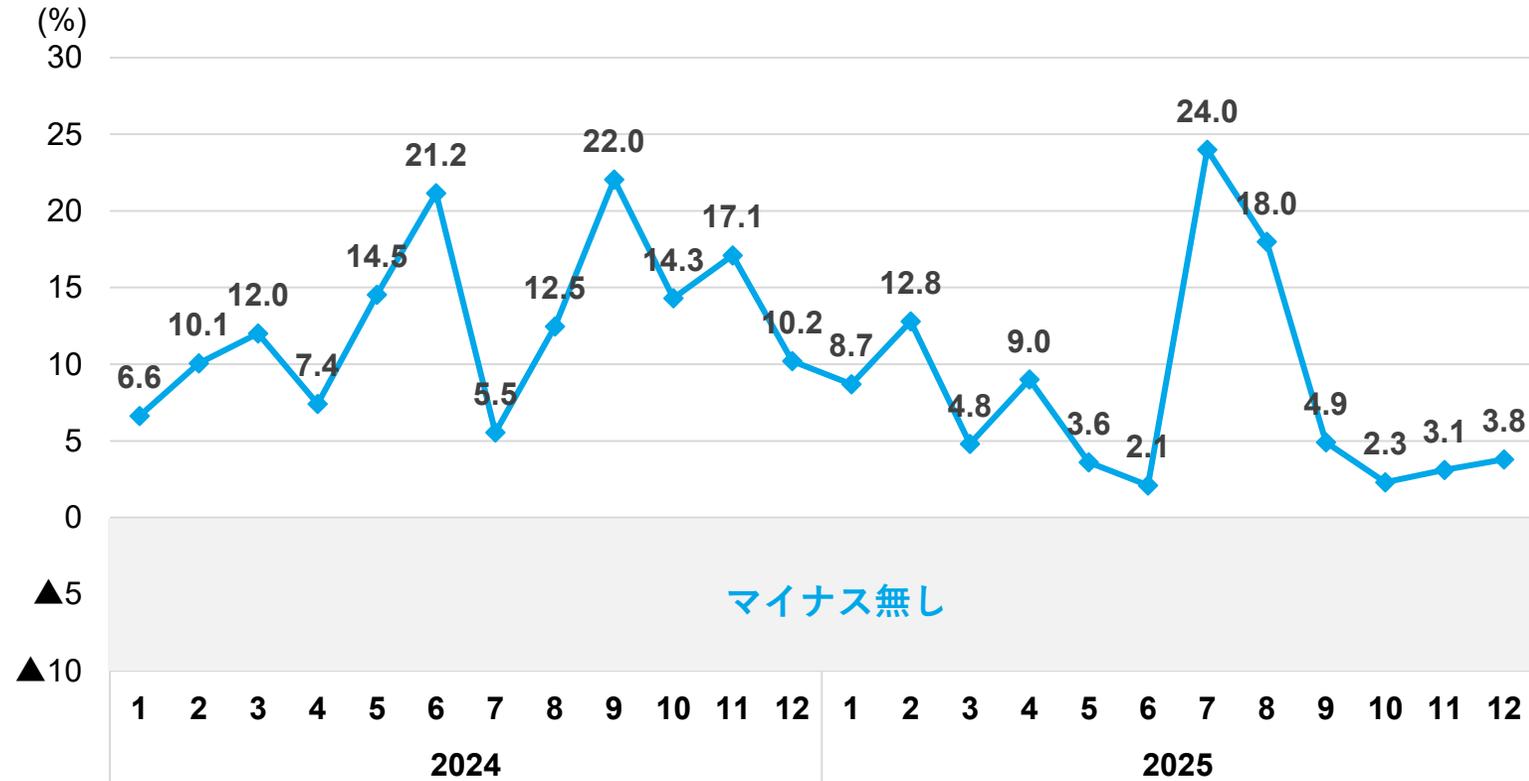


注1：また切捨て表記のため、合計が一致しない場合がある

既存店増収率推移

- FY25の既存店増収率は、通期で+8.2%と好調に推移
- FY23以来、一度もマイナスに転じることなく堅調な成長を維持

当社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

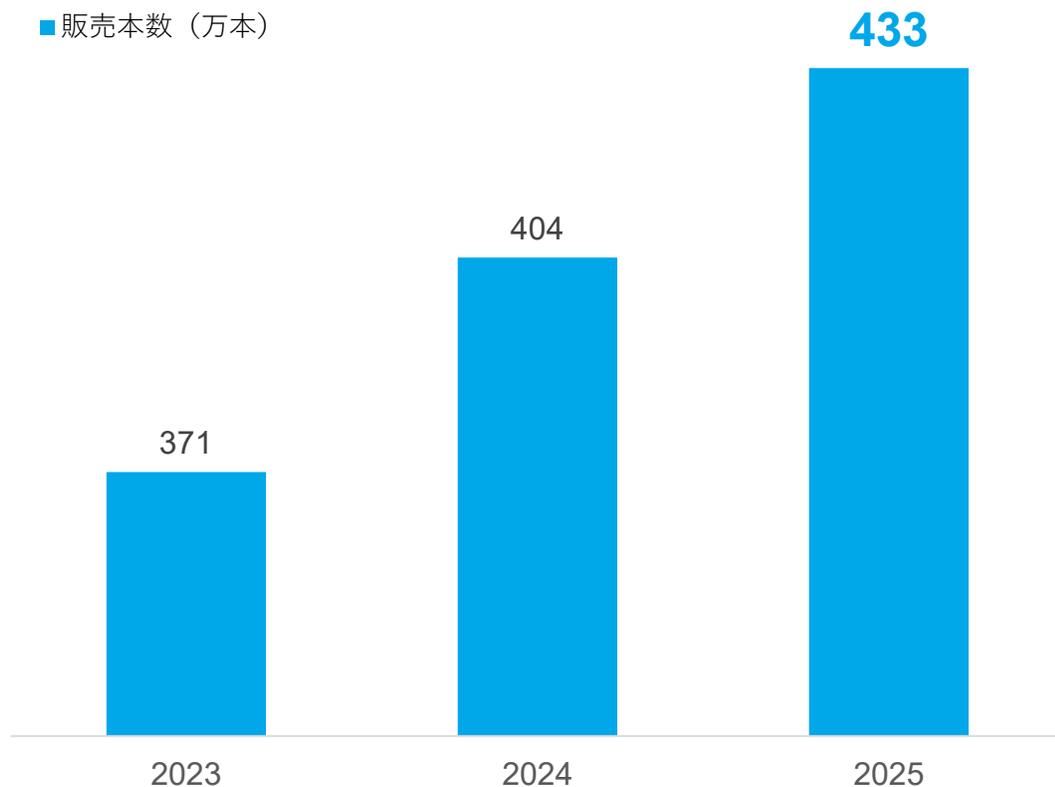
FY25 +8.2%	年間を通じてサングラス関連商材等が好調に推移し、前期比+8.2%と高い水準で着地
1Q +8.3%	花粉対策商品に加え、新生活需要を取り込み、前期比+8.3%
2Q +4.6%	サングラス関連商材及びコラボ商品が好調に推移し、前期比+4.6%
3Q +16.4%	目黒蓮さんを起用のCM効果でサングラス関連商材及びコラボ商品が好調に推移し、前期比+16.4%
4Q +3.1%	目黒蓮さんを起用のCM効果で調光レンズ等のUV対策商品が好調に推移し、前期比+3.1%

注1：既存店とは、前年同月および当月において休業が無い店舗のこと。既存店増収率は、月毎の既存店売上高の合計値を、前年同月比で比較することで算出。

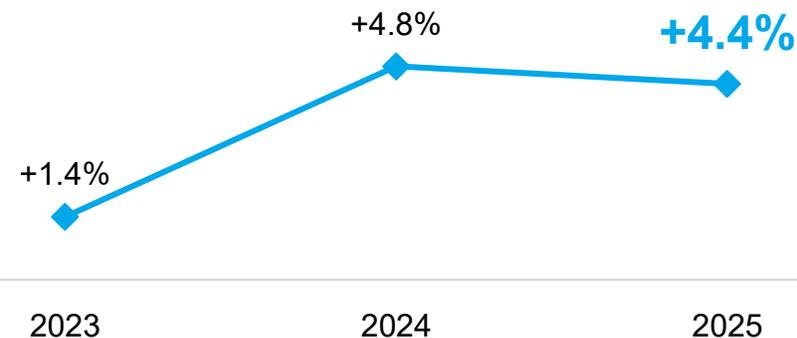
販売本数・単価推移

- 主にサングラス販売が順調に推移し、販売本数も増加
- ブルーライトカットレンズの有料化による有料レンズ購買率の伸長もあり、販売単価が増加

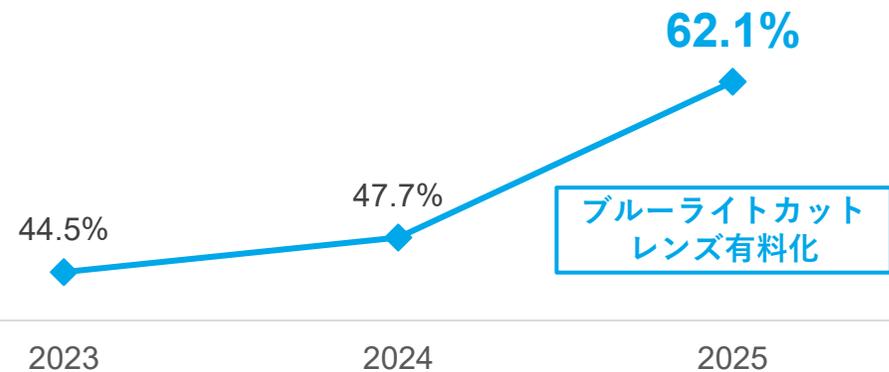
販売本数推移¹



販売単価成長率推移¹



有料レンズ購買率¹

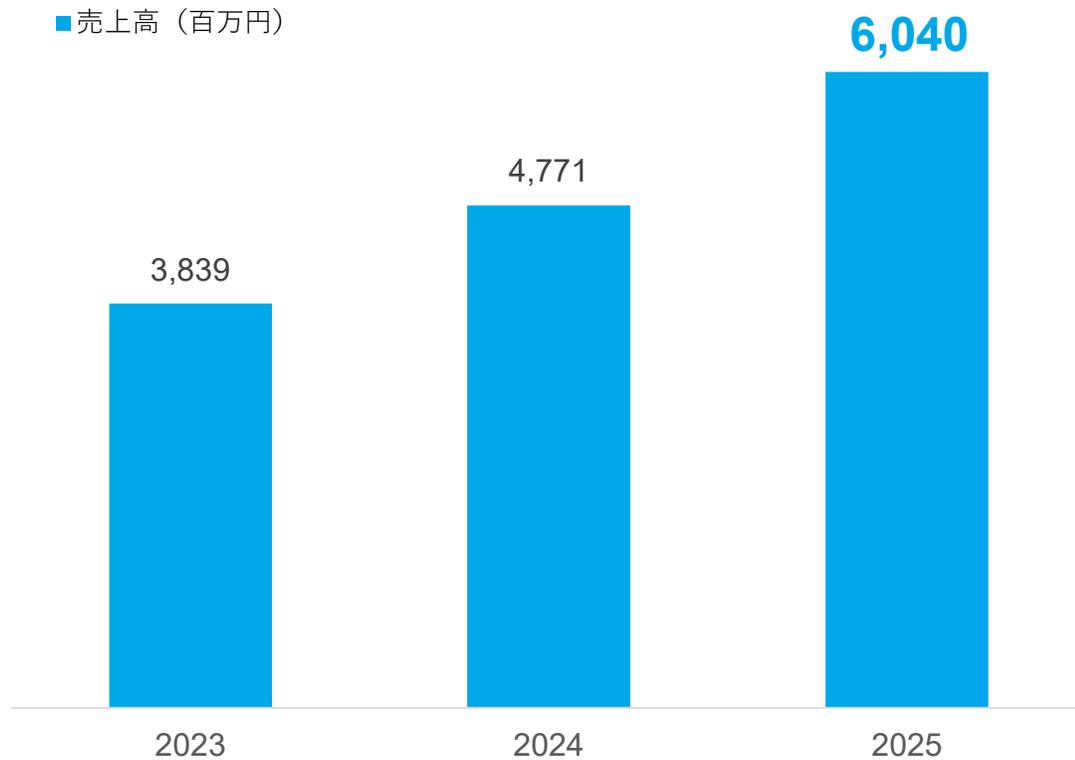


注1：販売本数・単価推移・有料レンズ購買率については当社で社内管理している数値に基づき算出

サングラス売上

- サングラス売上は引き続き好調に推移し、完成品売上だけで60億円を超過

当社のサングラス完成品売上高推移（2023-2025）¹



主要なサングラス商品

目黒蓮さん広告着用商品（一部）

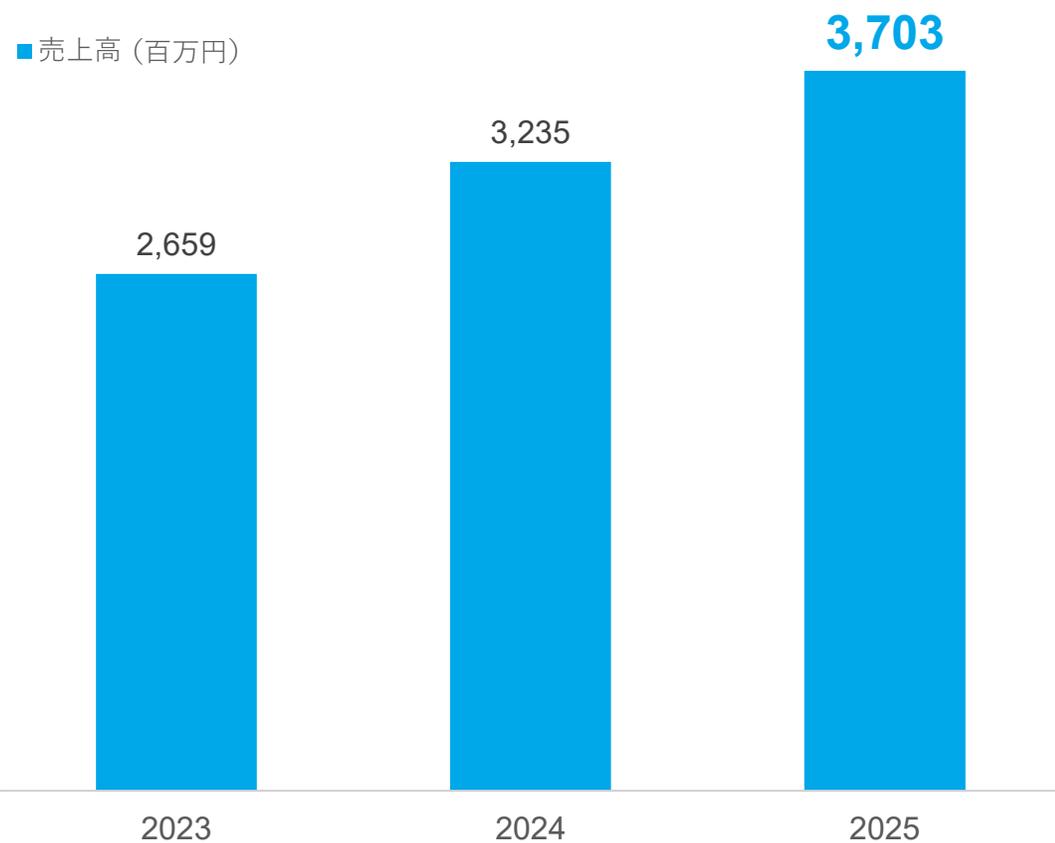
 TREND SUNGLASSES ZA181G06_14E4	 TREND SUNGLASSES ZA181G05_00A2	 TREND SUNGLASSES ZC252G07-15E1
 TREND SUNGLASSES ZJ251G01_18E1	 TREND SUNGLASSES ZN241G17_49A2	 紫外線100%カットクリア サングラス ZC251G05_68A1
 夜はメガネ、昼はサングラス/Zoff NIGHT&DAY ZN221G06_48A1	 Zoff UNITED ARROWS Sunglasses ZA251G02_14E1	 FISHING SUNGLASSES ZA251G26_64A1

注1：サングラス売上高については管理会計上の数値に基づき算出

EC売上高

- ECの売上高はサングラス販売、コラボ商品販売を基に堅調に推移

当社のEC売上高推移（2023-2025）¹



ECを通じた拡販

コラボ商品展開（2025年）



ECサイト上でコンタクトを展開



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。また当社において2024年11月まではコンタクトレンズの取り扱いは行っていない

出退店実績

- FY25期末時点での総店舗数は**332**店舗
- 出店は**28**店舗、退店は**3**店舗、純増**25**店舗となり過去最多出店を実現

当期の出退店実績

出店 **28** 店舗

Zoff 青森ELM店
 Zoff エスパル仙台店
 Zoff ミナモア広島店
 Zoff 自由が丘メープル通り店
 Zoff イオン帯広店
 Zoff 松本アイシティ21店
 Zoff ららぽーと安城店
 Zoff イオン相模原店
 Zoff アクアシティお台場店
 Zoff ららテラス北綾瀬店

Zoff ラザウォーク甲斐双葉店
 Zoff シーナシーナ琴似店
 Zoff マークイズ葛飾かなまち店
 Zoff 高知蔦屋書店
 Zoff イオンモール須坂店
 Zoff アピタ阿久比店
 Zoff イオンタウン仙台泉大沢店
 Zoff エトモ中央林間店
 Zoff 三井アウトレットパーク岡崎店
 Zoff 京都河原町店

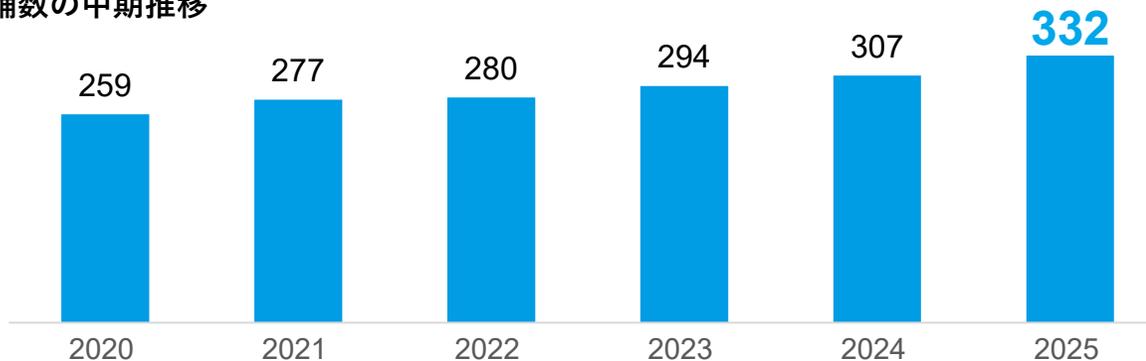
Zoff 草加マルイ店
 Zoff 駒沢大学駅前店
 Zoff イオンモール桑名店
 Zoff 一宮イチ*ビル店
 Zoff 千葉C・one店
 Zolita TOKYO 原宿店
 Zoff フォレストスクエア仙川店
 Zoff アピタ松阪三雲店

退店 **3** 店舗

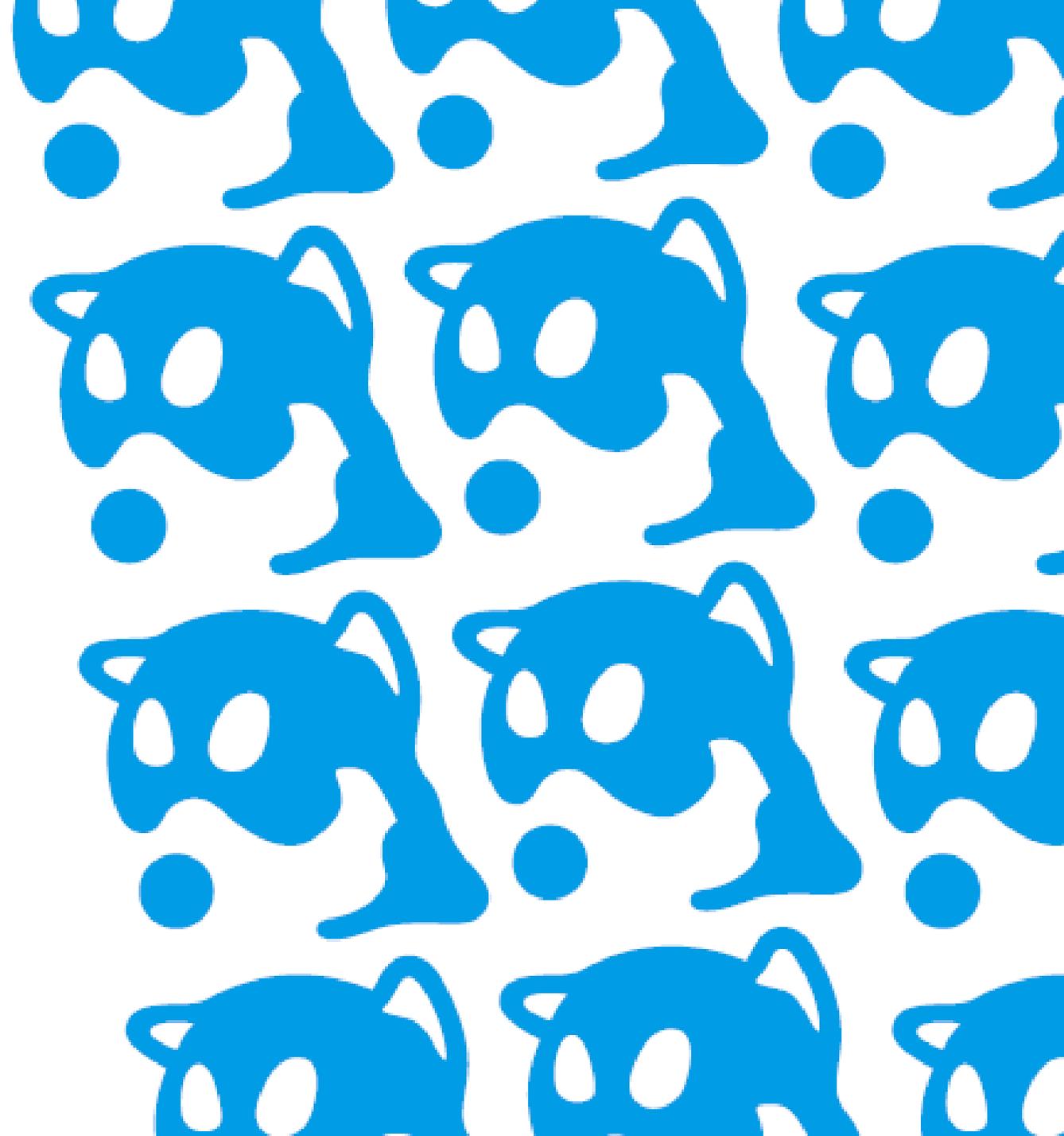
Zoff 京阪シティモール店
 Zoff 松本パルコ店
 Zoff 京都河原町店

純増 **+25** 店舗 期末時点 **332** 店舗

店舗数の中期推移



FY25のM&A について



会社概要

- 当社は2025/10/1にHorus HD / Horusの株式取得を通じてビジョナリーホールディングス（VH）をグループ会社化。VHは日本全国に約300店舗を構え、創業50年を超えるメガネ・コンタクトチェーン
- 2022年、不祥事があり第三者委員会による調査を実施。日本企業成長投資の支援のもと非上場化
- 2024/4期までは経営立直し期だったものの、その後経営安定化。2025/4期は売上282億円 / EBITDA26億円と高い収益性を確保

会社概要¹

会社名	株式会社ビジョナリーホールディングス
創業	1973年
本社	東京都中央区
事業内容	メガネ、コンタクトレンズ及び付属品、補聴器の販売
店舗数	全国299店舗（うちロードサイド・路面店 230店舗）
従業員数	1,565名
代表取締役	松本 大輔
売上高	282億円（2025/4期 連結）

業績推移²

単位：百万円	2023/4期	2024/4期	2025/4期
	✓ 監査意見不表明 ✓ 経営混乱期	✓ TOB実施 ✓ 経営立直し期	✓ 経営安定期
売上高	27,001	27,067	28,186
粗利益	16,227	15,402	16,841
粗利率	60.1%	56.9%	59.7%
営業利益	293	▲520	1,852
営業利益率	1.1%	▲1.9%	6.6%
EBITDA	1,029	104	2,610
EBITDA %	3.8%	0.4%	9.3%

注1：会社概要はVHの概要を記載、従業員数などはM&A実行時に当社が認識している数値

注2：Horus株式会社を頂点とする連結財務数値を掲載。なお、2023/4期の業績についてはVHを頂点とする連結財務数値を掲載

また、各種財務数値は本件プロセスにて当社が認識している数値であり、当社の監査法人である太陽有限責任監査法人からの監査は未実施である

1

1 コンタクト関連の顧客および人材の獲得

- ✓ 不定期購買のメガネだけでなく、定期購買の若年層顧客が多いコンタクト事業を取り込むことで、リカーリングな収益体制を獲得。事業の安定的かつ加速度的な成長を実現
- ✓ コンタクト市場は成長を続けており、コンタクト売上の大きい対象会社をグループに迎え入れることで当社グループのTAM拡大に寄与
- ✓ 店舗でのコンタクト販売に必要な有資格者も十分な数確保しており、人材交流ができれば当社店舗でもコンタクト販売が可能に

2

2 ミドル～シニア向け高付加価値メガネ商品の提供

- ✓ 対象会社のメガネ事業は累進需要のミドル～シニアが主顧客
- ✓ 丁寧な接客に基づくハイエンドレンズの販売に長けており、当社とは顧客のカニバリも少なく、グループとして幅広いソリューションの提供が可能に
- ✓ 当社のフレーム製品と掛け合わせた、顧客起点の商品提供が可能に

3

3 ロードサイド・路面店を中心とした約300店舗のブランド獲得

- ✓ 対象会社はロードサイド・路面店をメインに約300店舗（コンタクト専門店含む）を展開
- ✓ 当社とは出店立地のカニバリも少なく、今後の出店戦略においても、Zoffブランドだけでは出店しきれないエリアへの出店戦略として対象会社ブランドの活用も可能

4

4 業界再編への布石

- ✓ 中小メガネ企業が多く存在し、業界全体が停滞する中で、業界再編が必要な状況に
- ✓ 25年前、ロープライスマメガネで業界に革命をもたらした当社こそが業界再編を担う立場として、本件で業界内の主導的な立場を確立し、ロールアップ型のM&Aを実行していく

メガネ事業について

- VHのメガネ事業はミドル～シニアをメイン顧客として、外部ブランド（NB）のフレームを販売
- Zoffの顧客とのカニバリゼーションは極めて少なく、強みを相互補完しあえる関係性。特にVHに対して、PB商品を通じたラインナップの拡充および粗利率の改善を図ることでのシナジーを追求

	VH	Zoff	想定シナジー
顧客層	ミドル～シニア がメイン	若年層がメイン	顧客カニバリは極めて少ない
商品	NBがメイン であり低粗利率	PBがメイン であり高粗利率	PB製品の提供による ラインナップの拡充および 粗利率の改善を図る

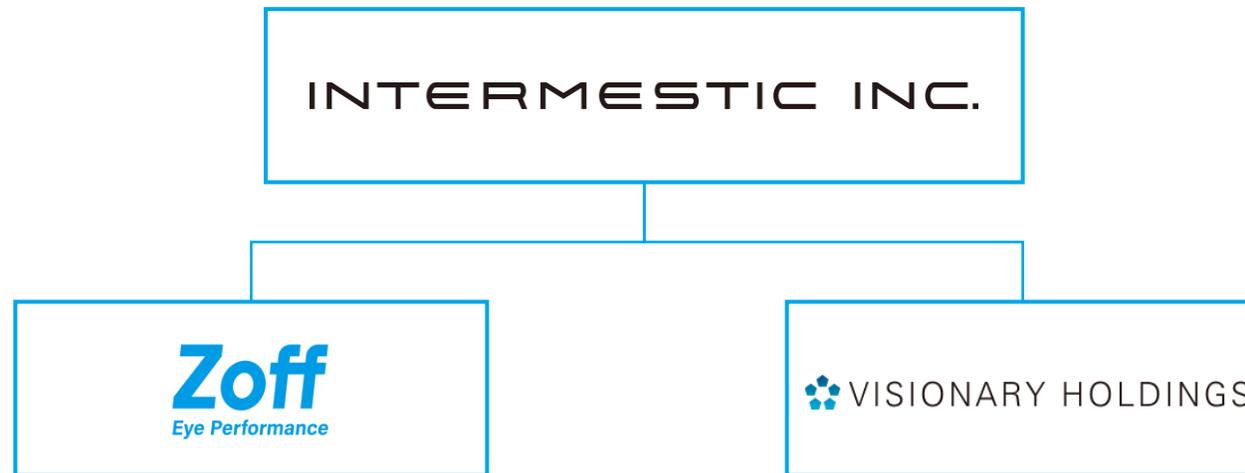
店舗について

- VHはロードサイド・路面メイン、Zoffはショッピングセンターメインと出店も差別化できており、強みを相互補完しあう関係性
- 各ブランド単体では進出が難しいエリアの相互補完も可能
- グループで600店舗を超える店舗数となる

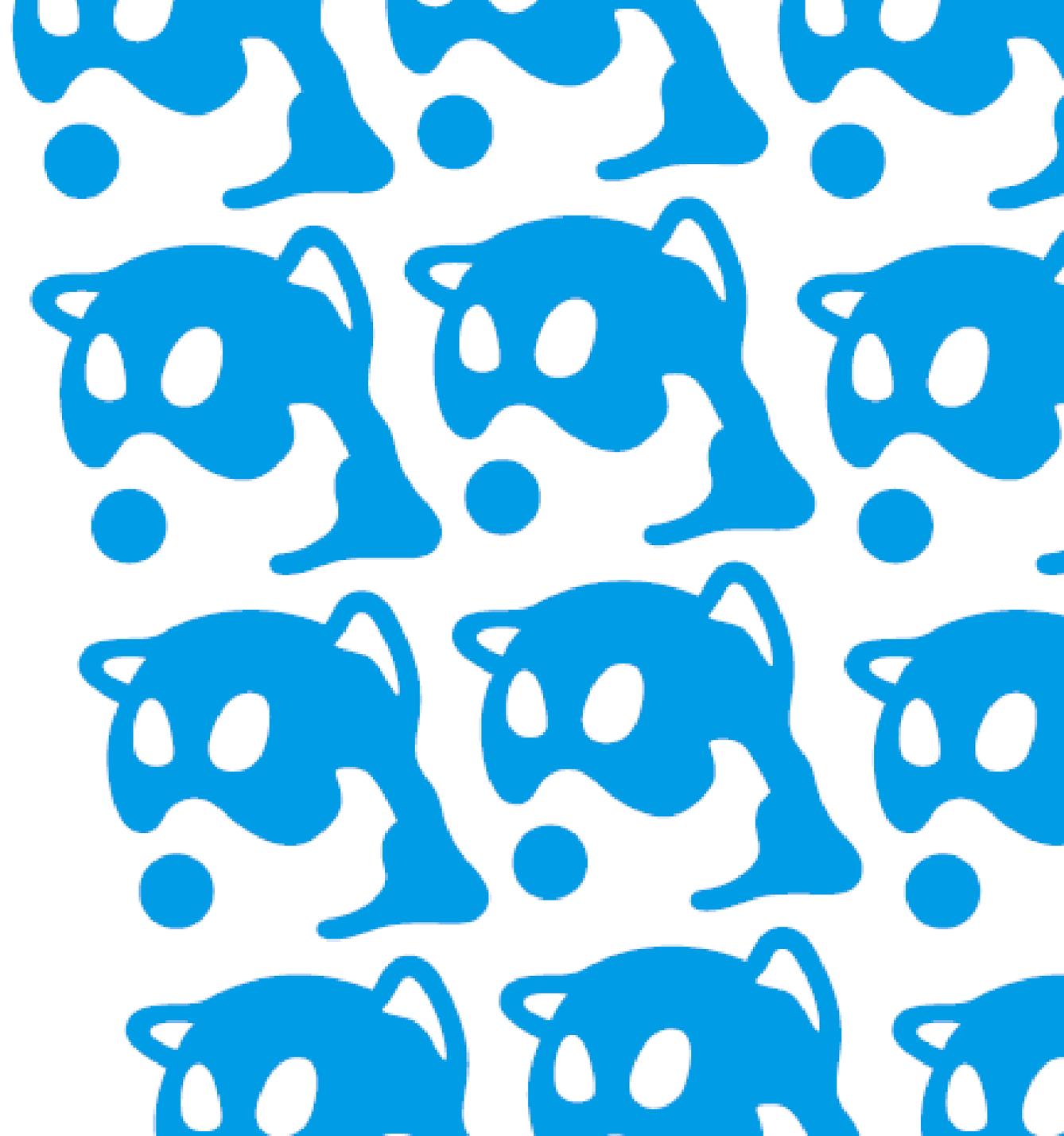
	VH	Zoff	想定シナジー
ショッピングセンター	69	325	ビジョナリーHD側のSC出店支援も可能
ロードサイド路面店	230	7	Zoffで出店しきれないエリアをカバー
合計	299	332	合計 631 店舗

取引後のグループ構成

- 本件後、当社（株）インターメスティック）を頂点として子会社に（株）ゾフと（株）ビジョナリーホールディングスを抱えるグループ構成になる



業績予想

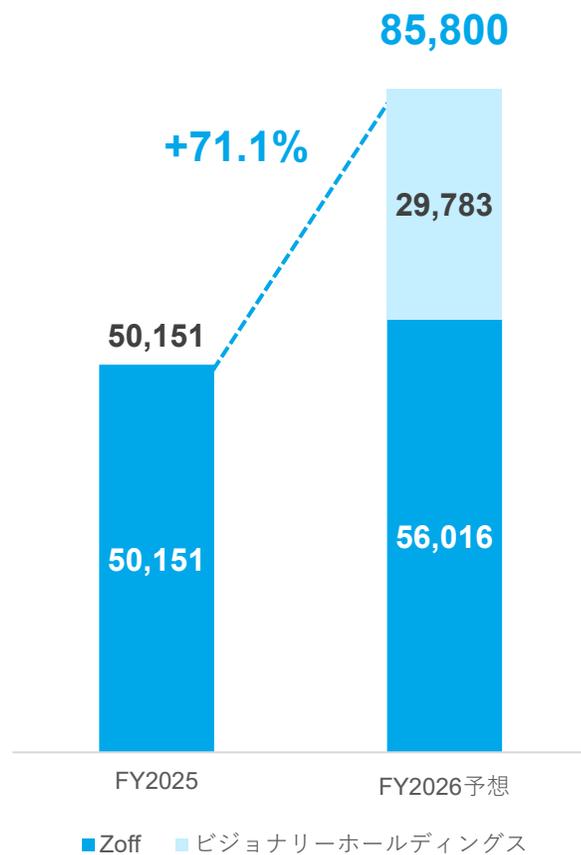


グループ連結業績予想

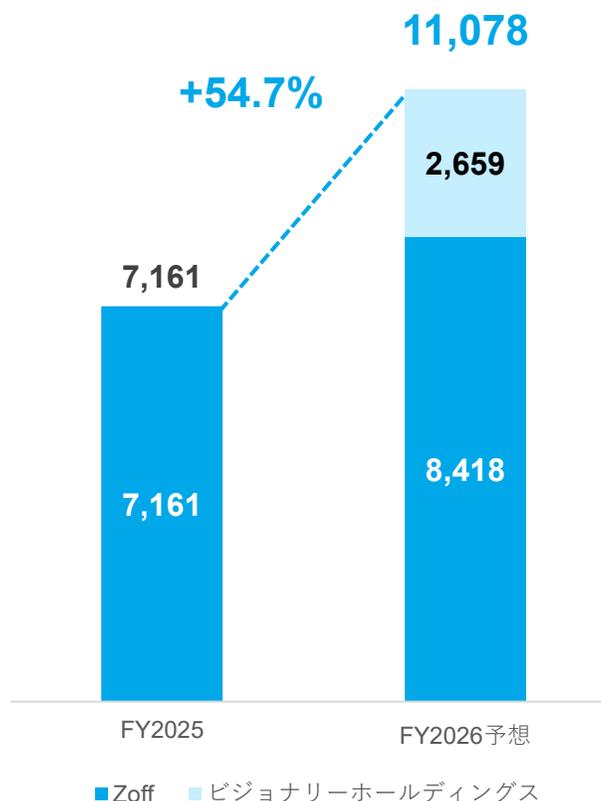
- グループ連結では売上高が前期比+71.1%、EBITDAが前期比+54.7%、営業利益が前期比+25.2%と予想しており、非連続的成長を見込む

売上高推移

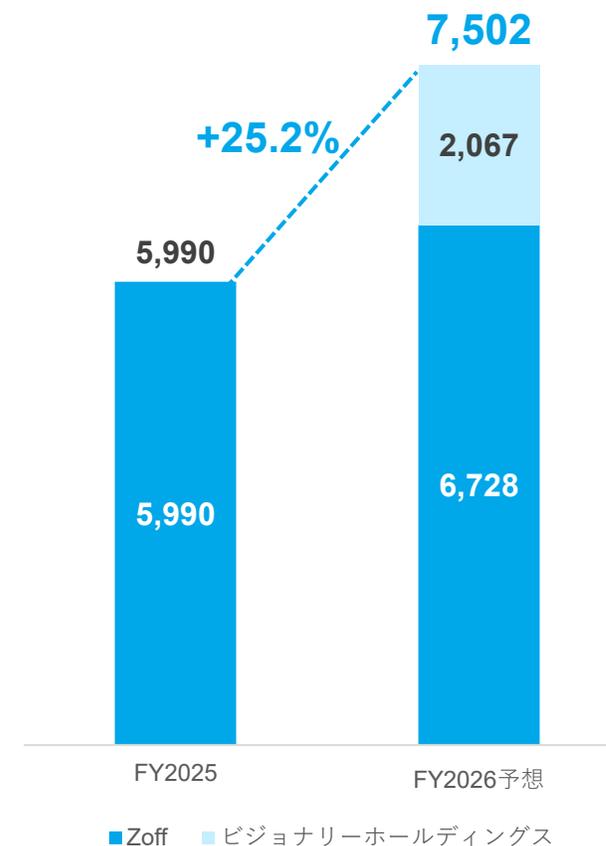
(百万円)



EBITDA推移



営業利益推移



注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

(予想) 業績予想詳細 ①

- Zoff事業の成長にビジョナリーHDの統合を加え、FY26の業績予想は売上高85,800百万円（前期比+71.1%）、営業利益7,502百万円（前期比+25.2%）、EBITDA11,078百万円（前期比+54.7%）を見込む

単位：百万円、%	2025/12期		2026/12期 予想			コメント
	金額	売上比 %	金額	売上比 %	前期比 %	
売上高	50,151	100.0	85,800	100.0	+71.1	VHの売上高が加わり前期比大幅増の売上を見込む
売上総利益	38,470	76.7	60,576	70.6	+57.5	コンタクト事業が加わることで粗利率自体は低下
販売管理費	32,479	64.8	53,073	61.9	+63.4	詳細次々頁
営業利益	5,990	11.9	7,502	8.7	+25.2	
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,119	8.2	4,752	5.5	+15.4	
EBITDA	7,161	14.3	11,078	12.9	+54.7	グループ全体でEBITDAは100億円規模に成長
1株当たり配当（円）	44.00円		51.00円		+7.00円	

注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

(予想) 業績予想詳細 ②

- Zoff事業はトップラインが前期比+11.7%の伸長、VHはEBITDAで2,659百万円の利益貢献を見込む

単位：百万円、%	Zoff					VH		インターメスティックグループ連結		
	2025/12期		2026/12期 予想			2026/12期 予想		2026/12期 予想		
	金額	売上比 %	金額	売上比 %	前期比 %	金額	売上比 %	金額	売上比 %	前期比 %
売上高	50,151	100.0	56,016	100.0	+11.7	29,783	100.0	85,800	100.0	+71.1
売上総利益	38,470	76.7	43,019	76.8	+11.8	17,556	58.9	60,576	70.6	+57.5
販売管理費	32,479	64.8	36,291	64.8	+11.7	15,488	52.0	53,073	61.9	+63.4
営業利益	5,990	11.9	6,728	12.0	+12.3	2,067	6.9	7,502	8.7	+25.2
経常利益	5,979	11.9	6,484	11.6	+8.5	1,908	6.4	7,100	8.3	+18.7
親会社株主に帰属する当期純利益	4,119	8.2	4,402	7.9	+6.9	1,467	4.9	4,752	5.5	+15.4
EBITDA	7,161	14.3	8,418	15.0	+17.6	2,659	8.9	11,078	12.9	+54.7

注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

(予想) 業績予想詳細 ③

- グループ連結により額は増加したものの売上比は大きく変動しない見込み
- のれんの概算数値は238億円、監査法人と協議進行中の償却年数に基づいて概算償却費にて試算

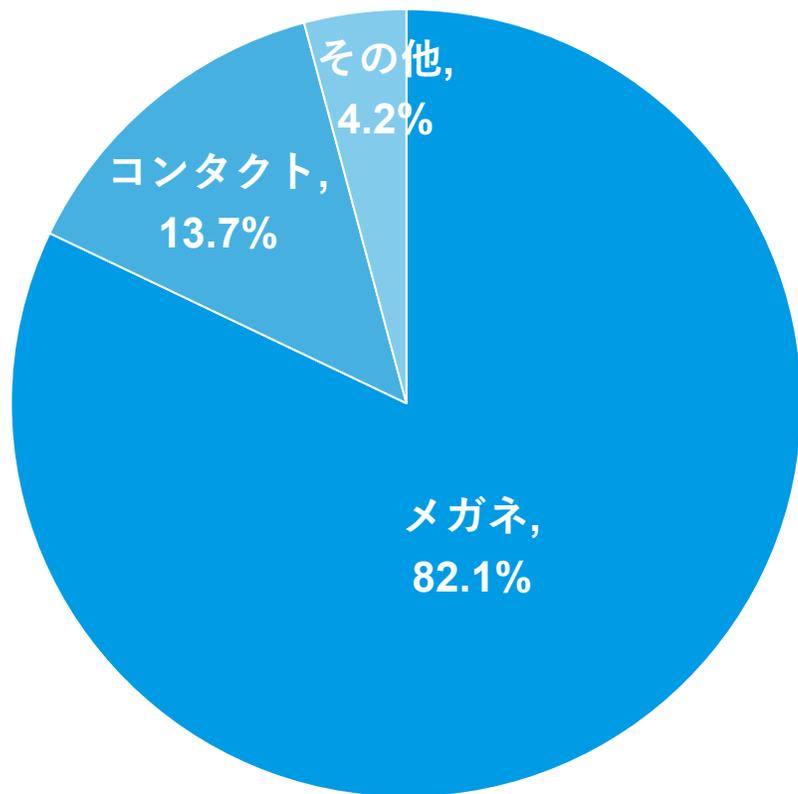
単位：百万円、%	2025/12期		2026/12期 予想			コメント
	金額	売上比 %	金額	売上比 %	前期比 %	
販売管理費	32,479	64.8	53,073	61.9	+63.4	全体として販管費効率の良いコンタクトレンズ事業を取り込み、販管費率は改善
人件費	14,466	28.8	23,400	27.3	+61.8	
店舗賃借料	7,047	14.1	10,271	12.0	+45.7	ロードサイド店舗の増加に伴い賃借料率は低下
広告宣伝費	2,523	5.0	3,853	4.5	+52.7	
減価償却費	1,096	2.2	2,061	2.4	+88.0	
のれん償却費			1,293	1.5		監査法人と協議進行中の償却年数に基づいて概算償却費にて試算 ※未確定数値であり、今後変更可能性あり

注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

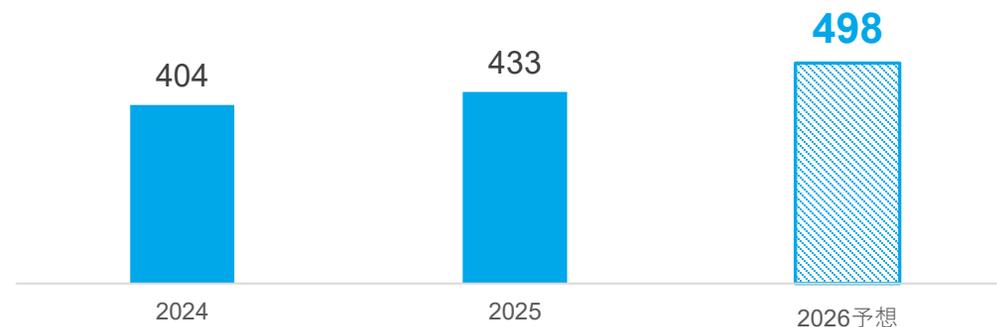
(予想) 売上構成比・販売本数推移・店舗数推移

- 店舗数はグループ全体で出店34、退店7の純増27店舗、期末店舗数658店舗を見込む

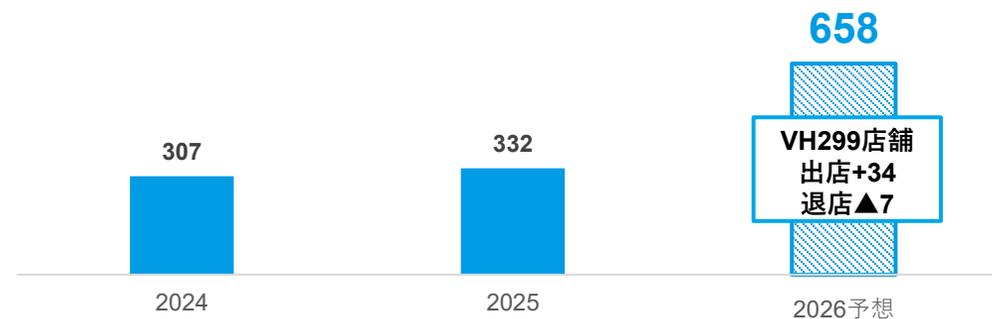
売上高構成比¹



販売本数推移²



店舗数推移



注1：販売本数は社内管理の数値を使用
注2：各数値は国内における数値

(予想) 連結業績予想詳細

- FY26の業績予想は売上高85,800百万円（前期比+71.1%）、EBITDA11,078百万円（前期比+54.7%）、営業利益7,502百万円（前期比+25.2%）

	2026年12月期予想 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)
売上高	85,800	100.0	+71.1
売上総利益	60,576	70.6	+57.5
販売管理費	53,073	61.9	+63.4
人件費	23,400	27.3	+61.8
広告宣伝費	10,271	12.0	+45.7
店舗賃借料	3,853	4.5	+52.7
減価償却費	2,061	2.4	+88.0
営業利益	7,502	8.7	+25.2
営業外収益	118	0.1	+43.5
営業外費用	520	0.6	+453.0
経常利益	7,100	8.3	+18.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,752	5.5	+15.4
EBITDA	11,078	12.9	+54.7
1株当たり当期純利益	362.0	-	+54.7
1株当たり配当金/配当性向		51.00円/32.8%	

注1：切捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

(予想) 業績予想の前提

業績予想

	FY25	FY26(予想)	前期比(%)
全社	50,151	85,800	71.1%
国内	49,543	85,227	72.0%
Zoff	49,543	55,443	11.9%
VH		29,783	
海外 (Zoff)	904	1,210	33.9%

全店・既存店 増収率予想

(国内)	FY25	FY26(予想)
全店 (Zoff)	+12.3	+10.9
既存店 (Zoff)	+8.2	+4.5

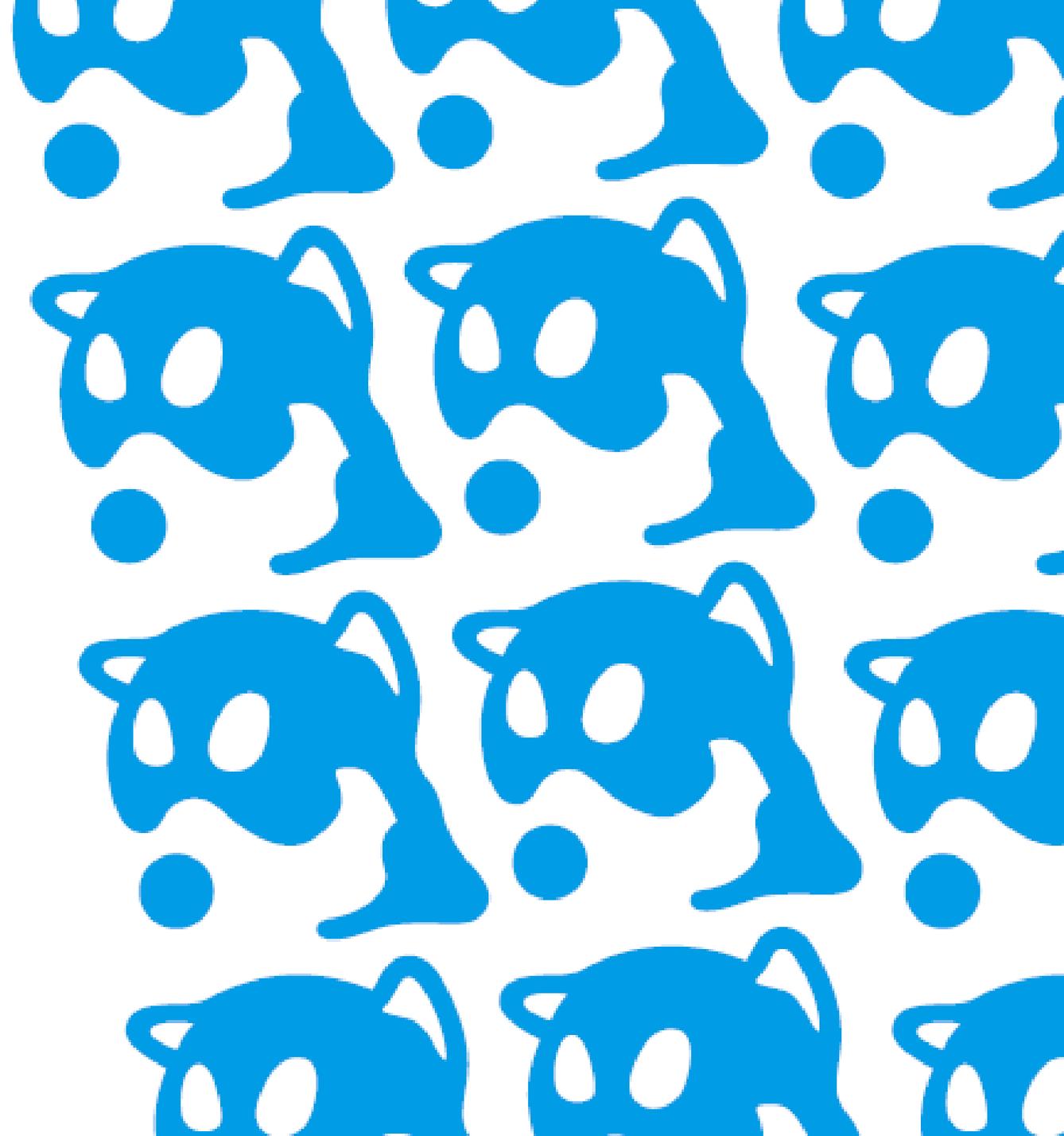
出退店数

(国内)	FY25	FY26(予想)	増減数
出店数	28	34	
退店数	3	7	
期末店舗数	332	658	+326

販売本数

(国内)	FY25	FY26(予想)	前期比
販売本数 (万本)	433	498	+15.1%

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シャツの様に毎日着替える社会をつくること」

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

✓ 新業態の展開

- 既存の業態ではリーチできない新規顧客層の獲得
(Zolita等)

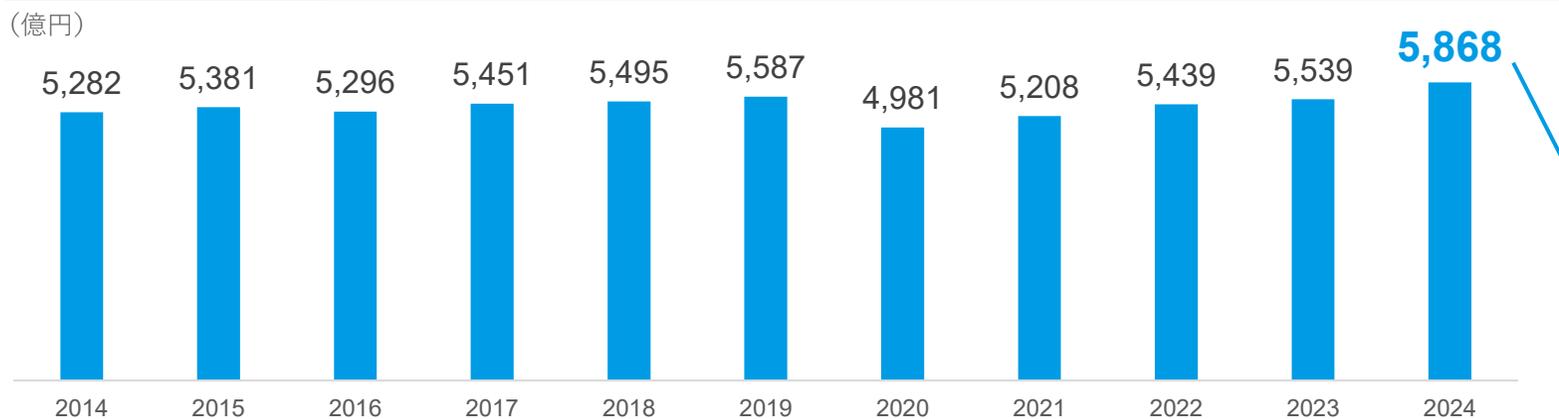
✓ M&A

- 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

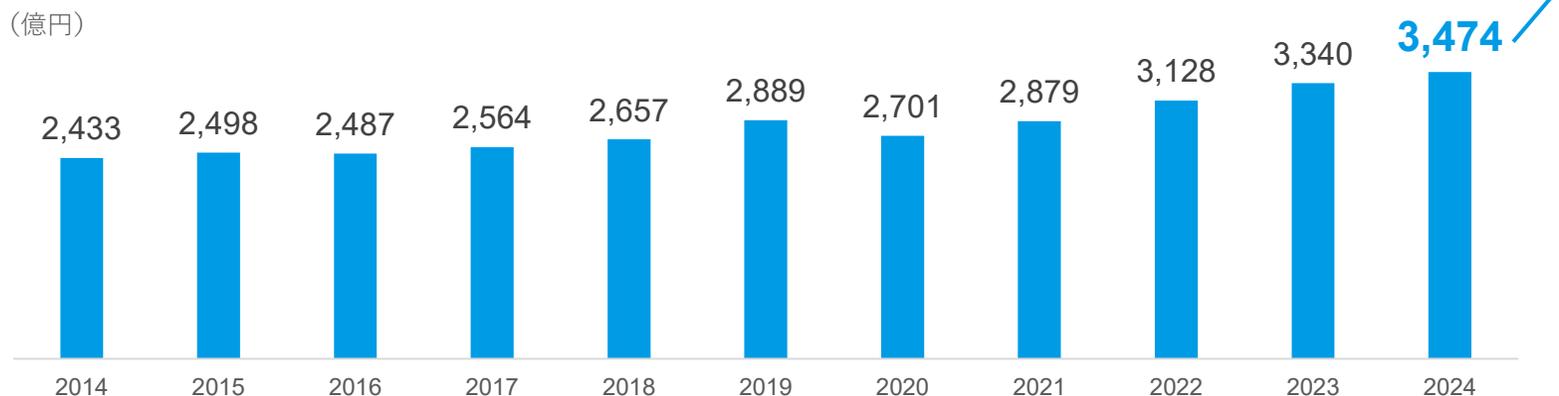
業界環境について

- ビジヨナリーHD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アイウェア市場には、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：国内アイウェア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

キャッシュフローアロケーション | 考え方

キャッシュインフロー



- ✓ 安定的な営業CFと手元現預金の確保により、資金調達余力を高め成長投資の原資に

- ✓ 成長投資による事業成長に基づき営業CFを拡大

アロケーション



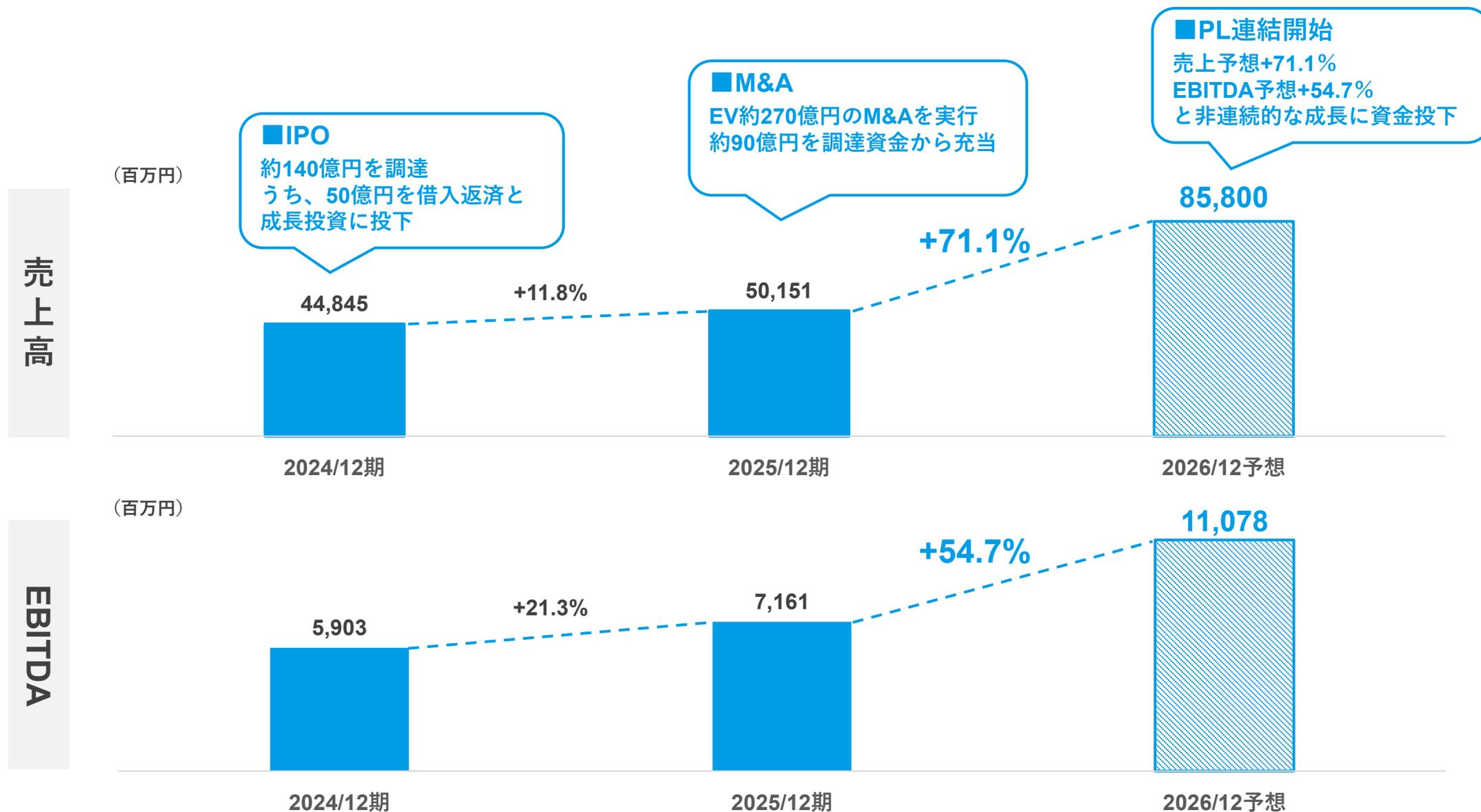
- ✓ 既存事業への成長投資
- ✓ 人材への積極的な投資
- ✓ M&A等に備えた資金確保
- ✓ 有事に備えた現預金確保

- ✓ 負債調達した資金の返済

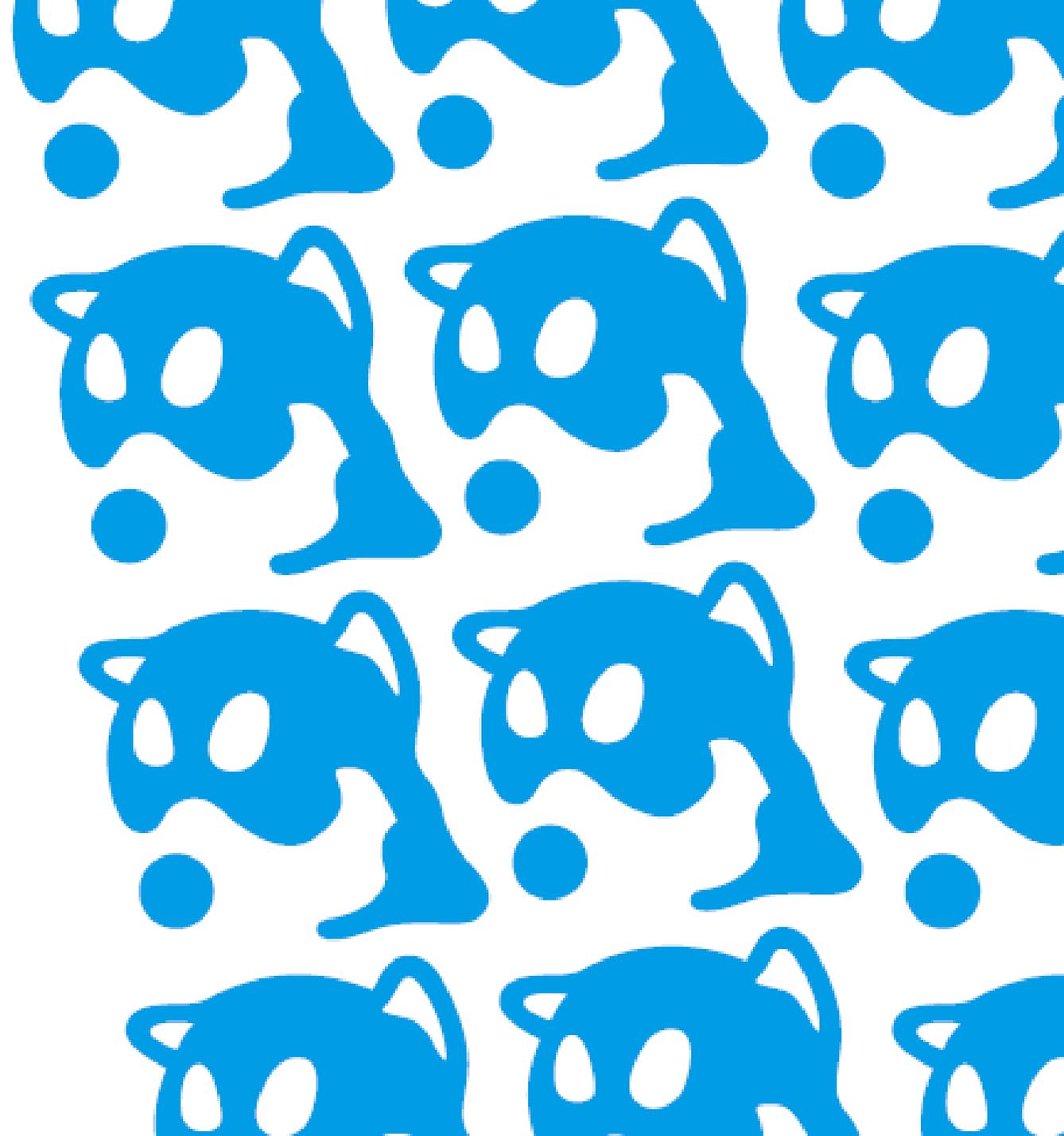
- ✓ 安定的な株主還元を実施
- ✓ 配当性向30~35%を目安

キャッシュフローアロケーション | 上場調達資金の用途について

- 当社は上場により調達した資金を昨年のM&Aに投下、非連続的な成長を実現



Topics



新業態の展開

- 2025年12月に原宿竹下通りにロリータアイウェア専門ショップ「Zolita TOKYO（ゾリータ トウキョウ）」をオープン
- Zolita TOKYO限定のアイウェアに加え、約400種類のチャームやグラスコードを組み合わせることで生み出す、カスタマイズ型アイウェア体験を提案



Zolita TOKYO店舗限定商品（一部）



Zolita TOKYO | ANGELICPRETTY
Happy Lovely Pink



Clever Lyrical Bunny Case
&
Clever Lyrical Bunny Cross



Misty Sky Brilliant Color Cross

FY26のマーケティング施策①

- 菅生新樹さん主演 テレ東系 木ドラ24「人は見た目じゃないと思ってた。」において、衣装協力を含む撮影協力
- 「見た目」と向き合うことで価値観を更新していく主人公の成長を描く、ファッションヒューマンドラマ



注1：テレ東系 木ドラ24「人は見た目じゃないと思ってた。」にメガネブランド「Zoff」が特別協力

FY26のマーケティング施策②

- ・ 人気アイドルグループ「FRUITS ZIPPER」とのコラボレーションにより、コラボアイウェアと楽曲をリリース
- ・ メンバーがセレクトしたアイウェアや推し活にもぴったりのメンバーカラーを取り入れたモデルを展開



FRUITS ZIPPER Member's select



早瀬ノエルモデル
[ZA251053-43A1](#)



仲川瑠夏モデル
[ZF251011-64A1](#)



月足天音モデル
[ZY252031-49E1](#)



真中まなモデル
[ZF252023_15E1](#)



櫻井優衣モデル
[ZY252032-43F1](#)



鎮西寿々歌モデル
[ZO252010-43E1](#)



松本かれんモデル
[ZC251019-48A1](#)

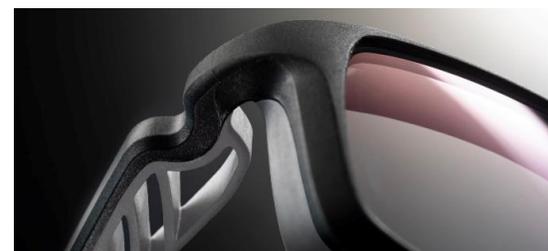


オリジナルデザイン
メガネケース&メガネ拭き

注1: [「Zoff | FRUITS ZIPPER」特設サイト](#)

新素材商品 | Galileo

- 2024年10月に販売開始した新商品Galileoが日経 MJ による「2025年上期ヒット商品番付」に選出
- 現在同商品の仕様については特許登録済²



注1：「Galileo」が日経MJ「2025年上期ヒット商品番付」に選出 | INTERMESTIC INC.

注2：特許第7586568号及び特許第7617690号

アイケア普及への啓蒙活動（CSR）

- 当社は子どもたちが健やかな未来を過ごしてもらうため、出張授業や高校へのサングラス試験着用等、目の健康に対する積極的な取り組みを実施
- サングラス着用の導入校数も増加しており、日本におけるサングラスのあり方の変容をリード

中高生の目を“強い日差しと紫外線”から守る新たな習慣を

目の健康を啓発する「メガネのZoff 出張授業」



女子聖学院中学校高等学校と連携し

国内初の指定サングラス着用を正式導入

夏休み期間中に着用、検証を実施。実証結果をもとに、
2025年10月に国内初となる「学校指定サングラス」の導入

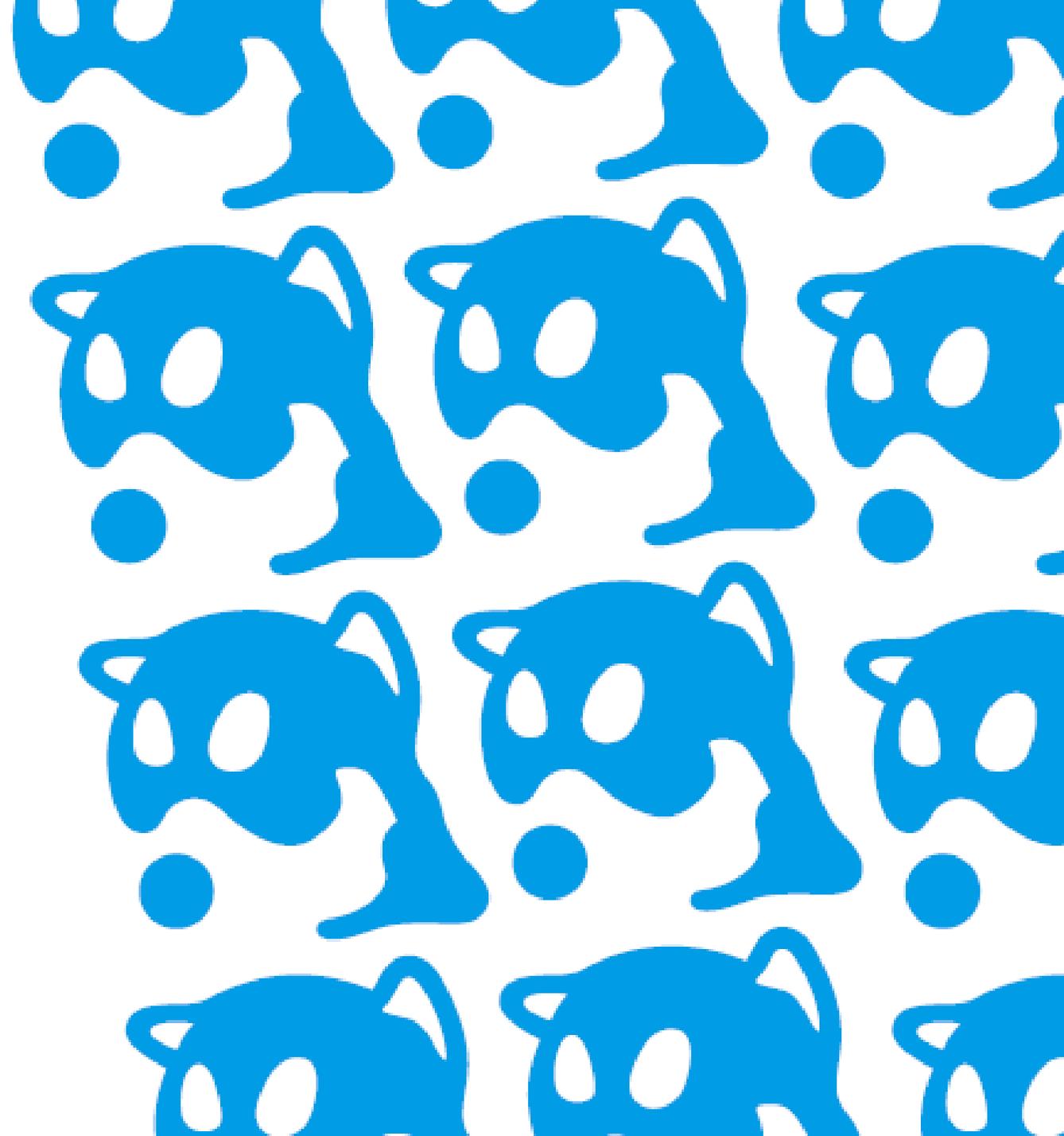


延べ165校 約13,200名の

児童・生徒・教員・保護者が参加

店舗スタッフが中心に全国の小中学校などで出張授業を実施
児童・生徒たちに目の健康を啓発する活動に積極的に実施

Fact Book



売上高前年比較・店舗数推移

月	全店(%)	既存店(%)	出店(店)	退店(店)	月末店舗数(店)
1月	12.1	8.7	0	1	306
2月	14.2	12.8	0	1	305
3月	8.2	4.8	6	0	311
4月	13.5	9.0	3	0	314
5月	7.7	3.6	0	0	314
6月	6.1	2.1	2	0	316
7月	29.4	24.0	1	0	317
8月	22.8	18.0	0	0	317
9月	8.2	4.9	3	0	320
10月	6.1	2.3	5	1	324
11月	7.6	3.1	3	0	327
12月	9.2	3.8	5	0	332
1Q	10.9	8.3	6	2	311
2Q	8.8	4.6	5	0	316
3Q	20.9	16.4	4	0	320
4Q	7.7	3.1	13	1	332
上半期	10.0	6.4	11	2	316
下半期	14.5	9.9	17	1	332
年間	12.3	8.2	28	3	332

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ります

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

KPIs

	2023	2024	2025
販売単価成長率	1.4%	4.8%	4.4%
有料レンズ購買率	44.5%	47.7%	62.1%
販売本数（万本）	371	404	433
サングラス売上高（百万円）	3,839	4,771	6,040
EC売上高（百万円）	2,659	3,235	3,703

四半期別PL推移

単位：百万円	2024/12期				2025/12期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	10,404	11,370	11,845	11,224	11,680	12,289	14,355	11,825
売上総利益	7,535	8,651	8,949	8,571	8,885	9,519	11,006	9,058
売上比	72.4%	76.1%	75.6%	76.4%	76.1%	77.5%	76.7%	76.6%
販売管理費	6,247	6,853	6,608	8,985	6,988	7,717	8,485	9,288
売上比	60.0%	60.3%	55.8%	80.0%	59.8%	62.8%	59.1%	78.6%
人件費	2,783	2,925	2,878	4,501	3,254	3,425	3,471	4,314
売上比	26.8%	25.7%	24.3%	40.1%	27.9%	27.9%	24.2%	36.5%
店舗賃借料	1,472	1,600	1,660	1,589	1,627	1,740	1,957	1,721
売上比	14.2%	14.1%	14.0%	14.2%	13.9%	14.2%	13.6%	14.6%
広告宣伝費	272	530	256	842	301	488	863	869
売上比	2.6%	4.7%	2.2%	7.5%	2.6%	4.0%	6.0%	7.3%
減価償却費	173	191	204	246	222	251	277	344
売上比	1.7%	1.7%	1.7%	2.2%	1.9%	2.0%	1.9%	2.9%
営業利益	1,287	1,798	2,340	▲414	1,897	1,802	2,521	▲230
売上比	12.4%	15.8%	19.8%	▲3.7%	16.2%	14.7%	17.6%	▲1.9%
経常利益	1,183	1,760	2,425	▲491	1,903	1,796	2,533	▲254
売上比	11.4%	15.5%	20.5%	▲4.4%	16.3%	14.6%	17.6%	▲2.2%
税引前利益	1,179	1,775	2,460	▲604	1,880	1,767	2,516	▲240
売上比	11.3%	15.6%	20.8%	▲5.4%	16.1%	14.4%	17.5%	▲2.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	791	1,225	1,715	▲216	1,308	1,219	1,720	▲128
売上比	7.6%	10.8%	14.5%	▲1.9%	11.2%	9.9%	12.0%	▲1.1%

注1：切捨て表記のため、合計が一致しない場合がある。主要科目のみ抜粋のため、合計は一致しない

PL

単位：百万円、%	2024/12期		2025/12期予想		2025/12期				コメント
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	前期比	予想比	
売上高	44,845	100.0	50,450	100.0	50,151	100.0	+11.8	▲0.6	サングラスの成長を軸に前期比 +11.8%増と好調に推移
売上総利益	33,707	75.2	-	-	38,470	76.7	+14.1	-	過年度の商品価格改定や有料レンズ購買率の上昇
販売管理費	28,695	64.0	-	-	32,479	64.8	+13.2	-	
人件費	13,089	29.2	-	-	14,466	28.8	+10.5	-	業績連動賞与の支給により、金額は増加したものの売上増加に伴い比率は減少
店舗賃借料	6,322	14.1	-	-	7,047	14.1	+11.5	-	過去最大の出店数により費用は増加したものの、既存店増収による売上比率の抑制が上回り比率は同程度に着地
広告宣伝費	1,901	4.2	-	-	2,523	5.0	+32.7	-	サングラス関連のマーケティング費用投下で比率増加
減価償却費	815	1.8	-	-	1,096	2.2	+34.5	-	出店及び改装に伴い比率が増加
営業利益	5,012	11.2	5,986	11.9	5,990	11.9	+19.5	+0.1	上記記載の影響により増益
経常利益	4,878	10.9	5,977	11.8	5,979	11.9	+22.6	+0.0	
税引前利益	4,811	10.7	-	-	5,924	11.8	+23.1	-	
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,515	7.8	4,051	8.0	4,119	8.2	+17.2	+1.7	FY24は一過性の事由に伴い発生した税効果により、FY25比で低い実効税率が適用。結果、前期比は営業利益に比べ緩やか
EBITDA	5,903	13.2	-	-	7,161	14.3	+21.3	-	

注1：切捨て表記のため、合計が一致しない場合がある。主要科目のみ抜粋のため、合計は一致しない

BS

単位：百万円、%	2024/12期		2025/12期		前期比	コメント
	金額	構成比	金額	構成比		
流動資産	27,948	80.2	25,052	39.8	▲2,896	
現預金	20,045	57.5	10,060	16.0	▲9,984	M&A実行による現預金の減少
売掛金	1,047	3.0	3,068	4.9	+2,021	
商品	3,799	10.9	7,170	11.4	+3,370	
預け金	2,587	7.4	3,298	5.2	+710	
固定資産	6,893	19.8	37,900	60.2	+31,006	
有形固定資産	2,726	7.8	6,015	9.6	+3,289	
無形固定資産	702	2.0	24,917	39.6	+24,214	M&Aによる残高増加
資産合計	34,842	100.0	62,952	100.0	+28,110	
流動負債	11,374	32.6	34,612	55.0	+23,237	
買掛金	888	2.5	3,047	4.8	+2,159	
短期借入金	2,900	8.3	18,000	28.6	+15,100	M&Aに伴い借入増加
1年以内返済長期借入金	0	0.0	0	0.0	0	
固定負債	409	1.2	2,373	3.8	+1,964	
長期借入金	0	0.0	0	0.0	0	
負債合計	11,783	33.8	36,986	58.8	+25,202	
純資産合計	23,058	66.2	25,966	41.2	+2,908	レバレッジの活用により自己資本比率は低下
負債純資産合計	34,842	100.0	62,952	100.0	+28,110	

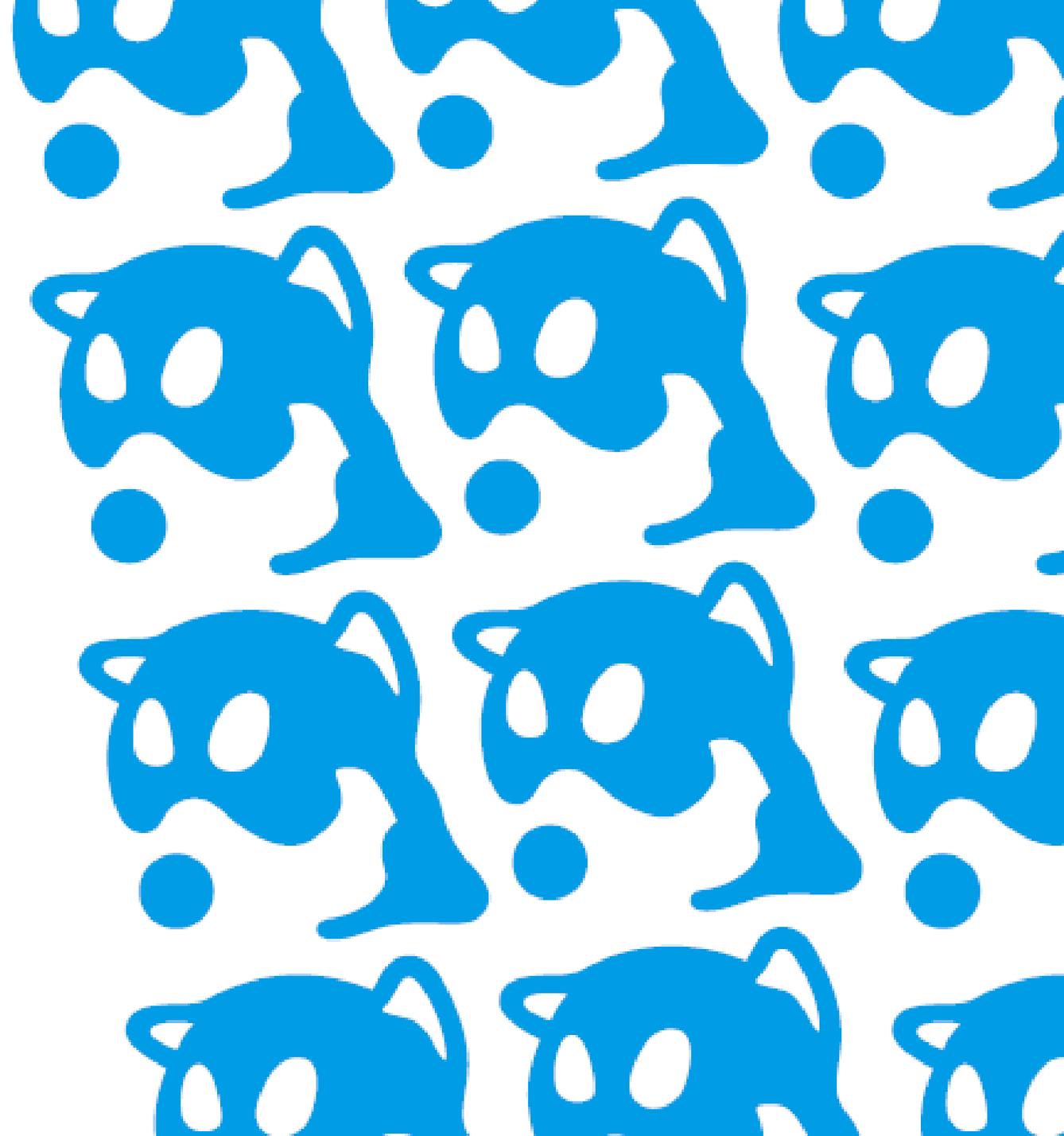
注1：切捨て表記のため、合計が一致しない場合がある。主要科目のみ抜粋のため、合計は一致しない

CF Statement

単位：百万円	2024/12期	2025/12期	前期比	コメント
営業CF	6,359	5,220	▲1,138	
税金等調整前当期純利益	4,811	5,924	+1,113	
減価償却費	815	1,096	+281	
棚卸資産の増減額	516	▲48	▲565	
仕入債務の増減額	▲506	230	+737	
法人税等の支払額	▲813	▲2,056	▲1,242	FY24は一過性の事由に伴い発生した税効果により、税支払は抑制
投資CF	▲1,671	▲28,933	▲27,262	
有形固定資産の取得による支出	▲1,264	▲1,927	▲662	
無形固定資産の取得による支出	▲212	▲347	▲134	
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	-	▲16,168	▲16,168	
財務CF	9,057	13,716	+4,658	
短期借入金の純増減額	-	15,100	+15,100	M&Aに伴い借入増加
自己株式の売却による収入	14,065	0	▲14,065	
長期借入金の返済による支出	▲3,975	0	+3,975	
配当金の支払い額	▲896	▲1,229	▲333	

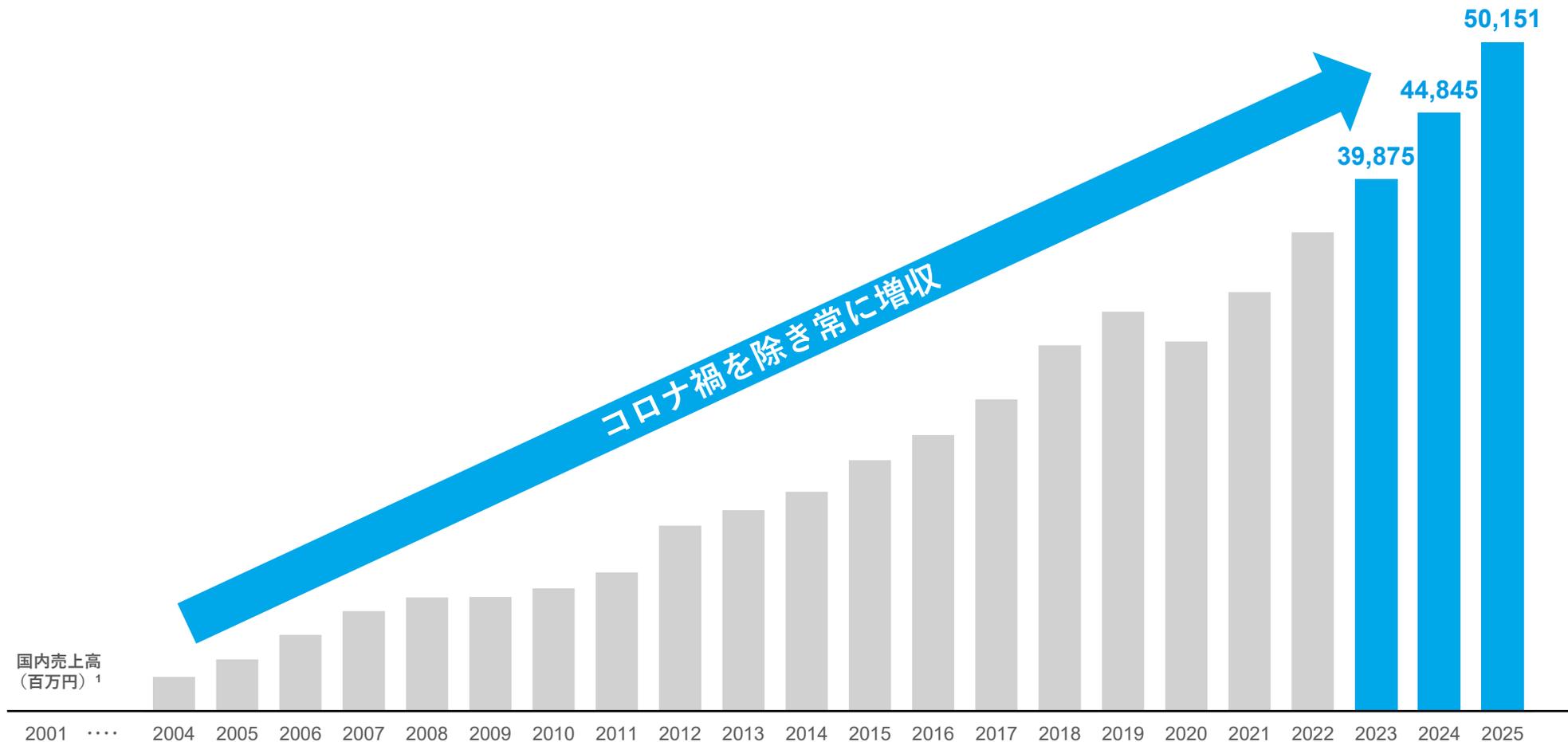
注1：切捨て表記のため、合計が一致しない場合がある。主要科目のみ抜粋のため、合計は一致しない

Appendix



成長ロードマップ

- アパレル業界出身の創業者によって2001年に事業を開始、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

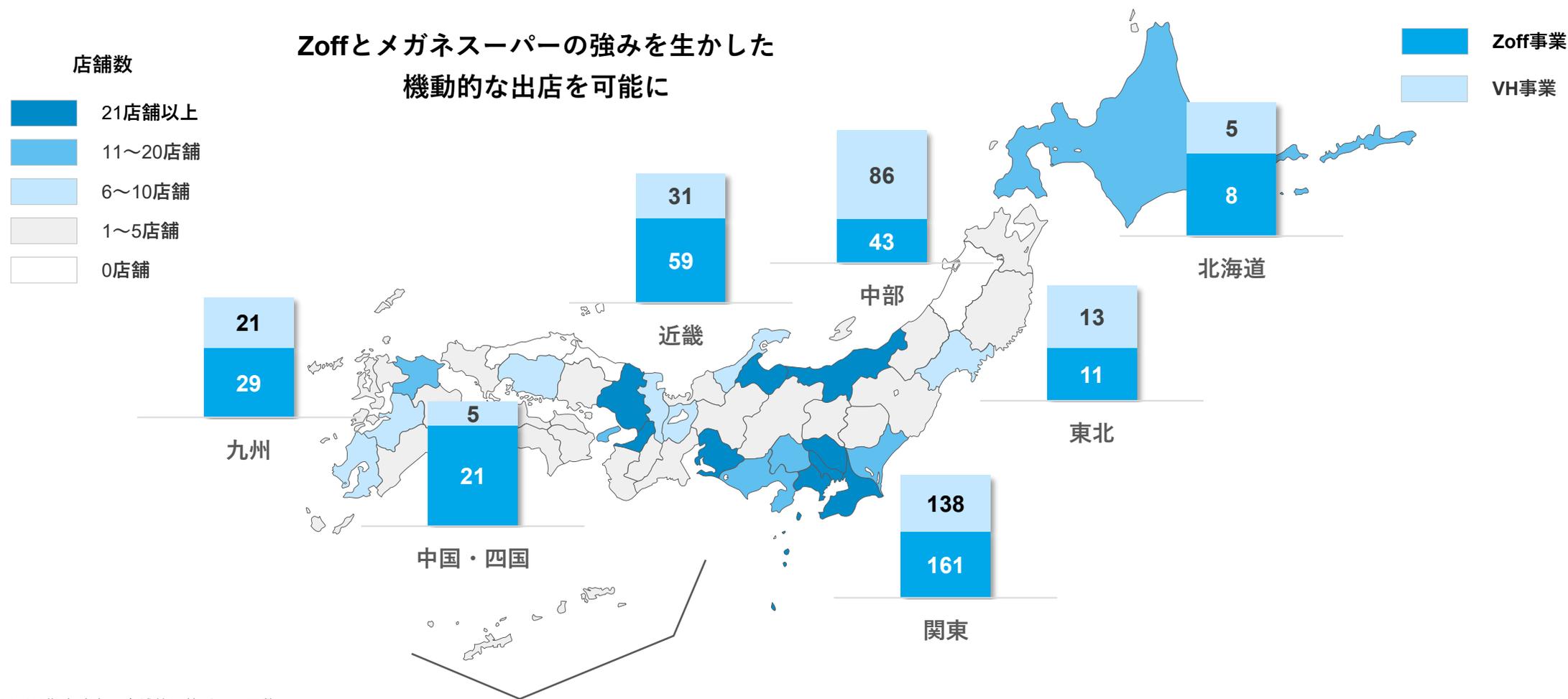


注1：売上高の推移について、2021年までは国内連結売上高を記載しており、海外売上高は含まない。2022年からは海外含む全社連結の数値を記載。

補完性の高い店舗網

- 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/路面店を中心に开店するメガネスーパーは補完関係にある
- 店舗数はグループで631店舗

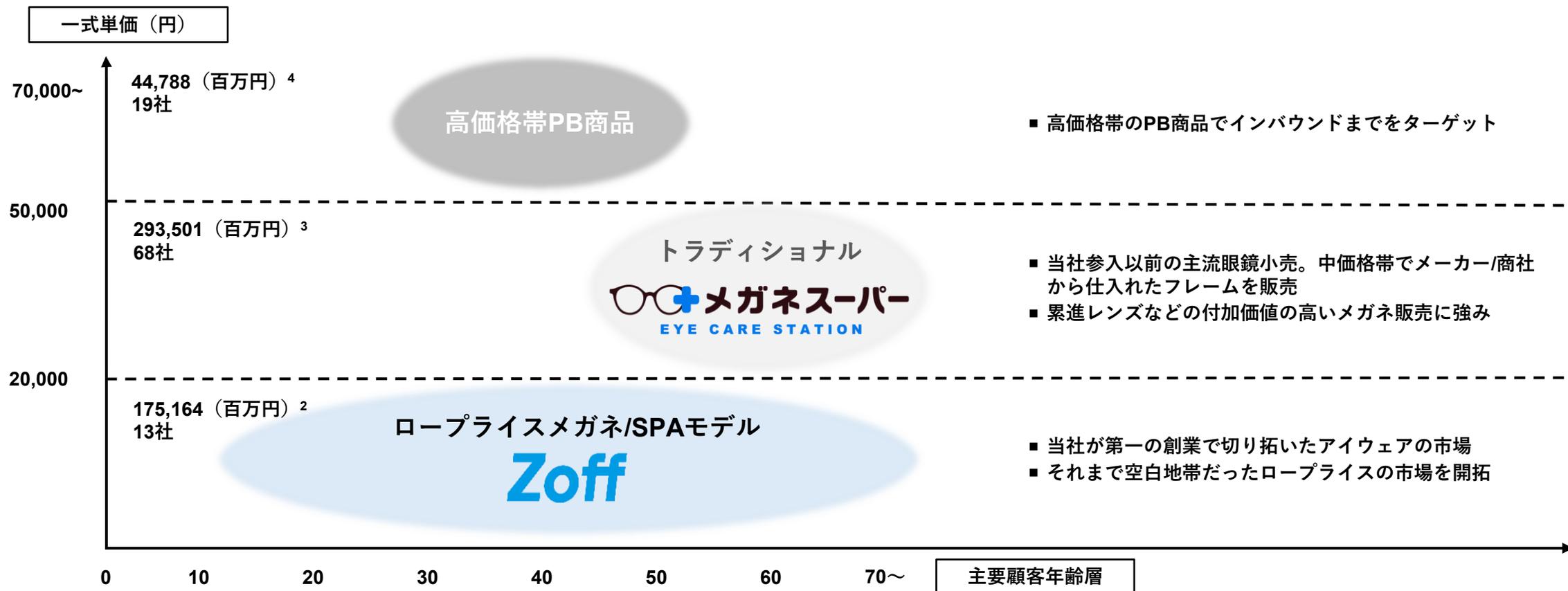
当社の出店の現状¹



注1：2025/12期末時点の店舗数に基づき、記載

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であり、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

大株主の売却について

- 2025/12/25に開示した「当社株主による株式一部売却について」に関して、当社のガバナンスを顕著に示した事例として再度ご紹介するもの
- 当人は創業家一族の大株主ながら、当社による流動性向上を目的とした売却要望に応諾。会社主導での資本政策にご理解を頂いた



当社からの申し出にご理解を頂き、ご売却を実現

注1：創業家大株主との交渉において、インサイダー情報は厳重に取扱いを行っております。
当人は現在まったくもって経営に関与しておらず、当人が重要情報を保持していないとの認識のもとに交渉を実施しております。

ご留意事項

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。