

**第26期中間（2004年9月）
経営方針説明資料**

平成16年11月29日

株式会社 メガネトップ

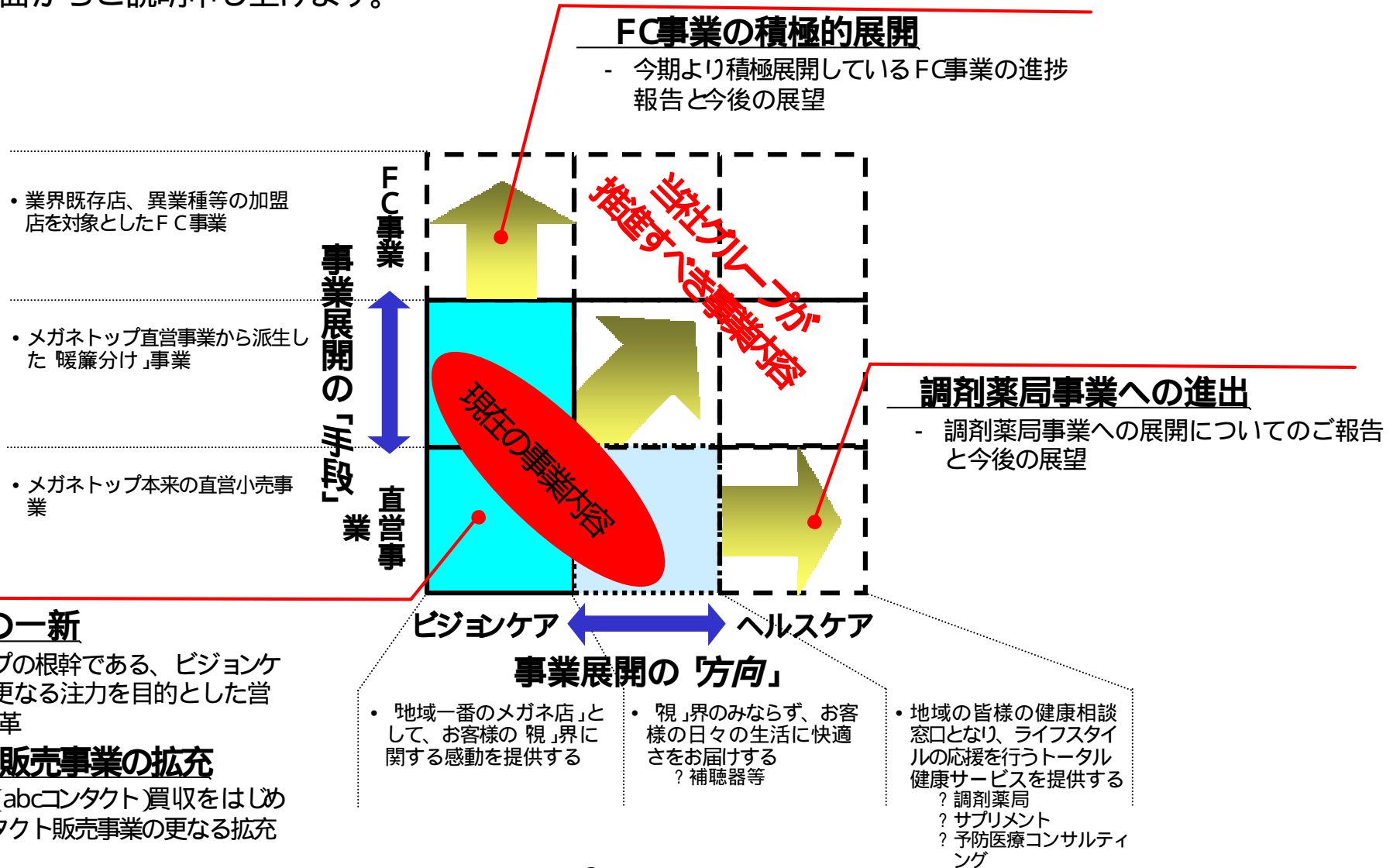
1. 推進している事業内容 (本説明資料の骨子)

2. 事業内容 (経営方針)のご説明

- 2- 1. FC事業の積極的展開
- 2- 2. 営業体制の一新
- 2- 3. コンタクト販売事業の拡充
- 2- 4. 調剤薬局事業への進出

1. 推進している事業内容 (本説明資料の骨子)

「2007年業界トップ」を目指すメガネトップグループが現在推進している事業展開を、「方向」ならびに「手段」の2つの側面からご説明申し上げます。



営業体制の一新

- 当社グループの根幹である、ビジョンケア事業への更なる注力を目的とした営業体制の改革

コンタクト販売事業の拡充

- テキスト社 (abcコンタクト) 買収をはじめとしたコンタクト販売事業の更なる拡充

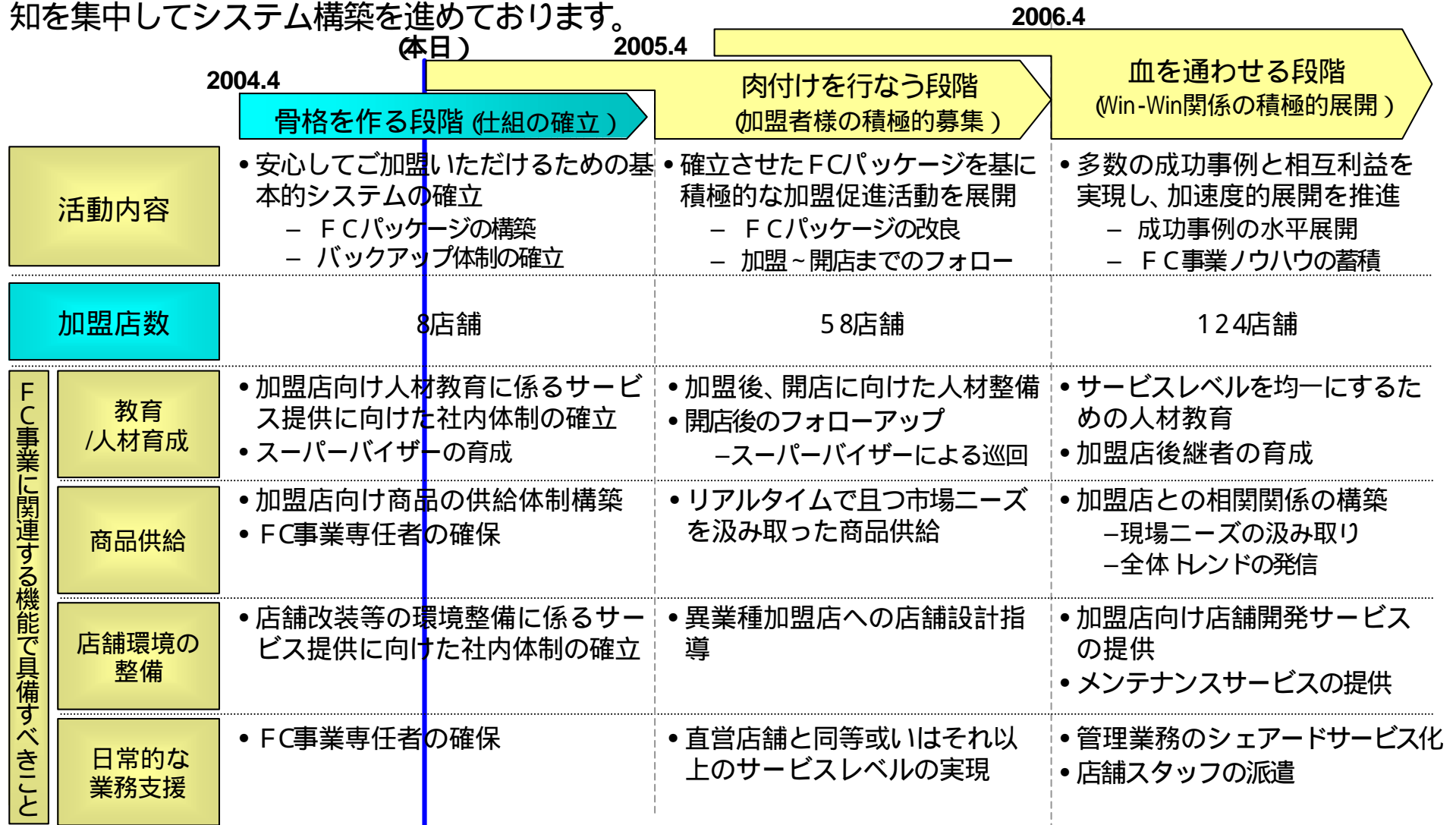
1. 推進している事業内容 (本説明資料の骨子)

2. 事業内容 (経営方針)のご説明

- 2- 1. FC事業の積極的展開
- 2- 2. 営業体制の一新
- 2- 3. コンタクト販売事業の拡充
- 2- 4. 調剤薬局事業への進出

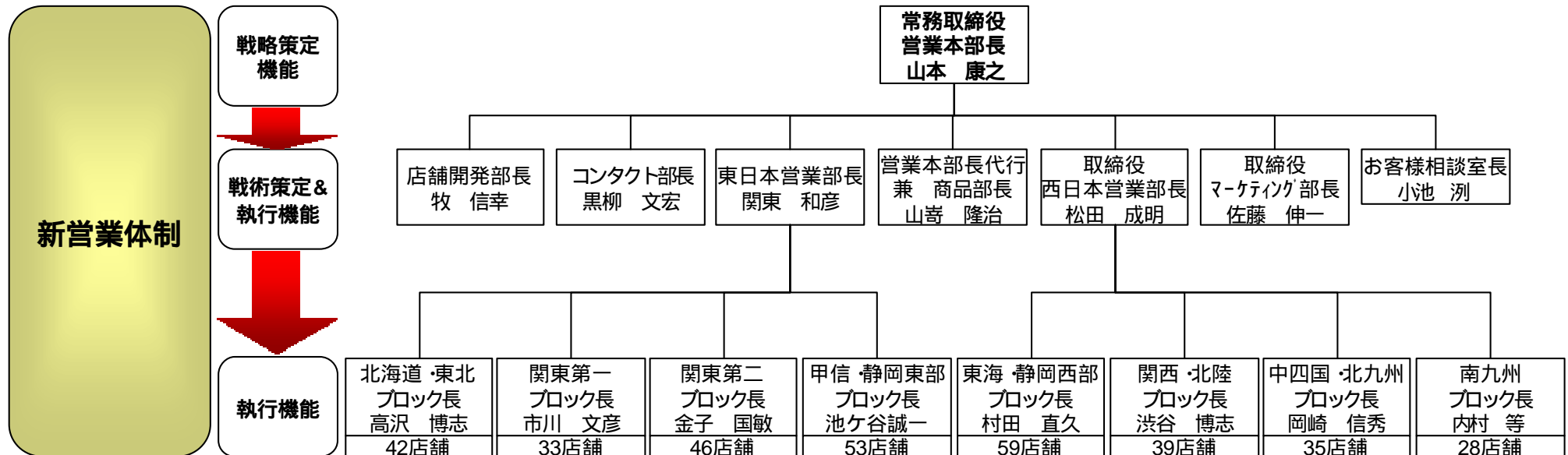
2-1.FC事業の積極的展開

当期新設したFC事業本部を中心に取り組んでおりますFC事業展開については、当社グループ事業の柱とすべく、積極的に展開を進めております。まずは安心してご加盟いただける仕組みを確立するため、社内の英知を集中してシステム構築を進めております。



2-2. 営業体制の一新

2004年11月1日付で、メガネトップグループの基盤であるメガネ事業の営業体制を一新し、お客様へ高い付加価値をご提供するための「提案型販売」をさらに強化・推進してまいります。



新体制の 意義と意味

「信賞必罰」の徹底

- 自発的な発想のもとで、感動を伴うサービスを提供し続けるため、責任と権限を明確化し、お客様の声を反映した信賞必罰を徹底する。

「現場に対するサービス」の徹底

- お客様に直に接している現場社員のモチベーションを向上し続けることが、お客様に対する付加価値の最大化に繋がると考え、「現場に対するサービス」を徹底して行く

「提案型販売」の更なる推進

- 『良品廉価・しっかりとした技術・心地よい礼節およびコミュニケーション』を通してお客様の満足度を最大化する』というメガネトップイズムを明確化し、当社の精神である「提案型販売」をさらに推進して行く

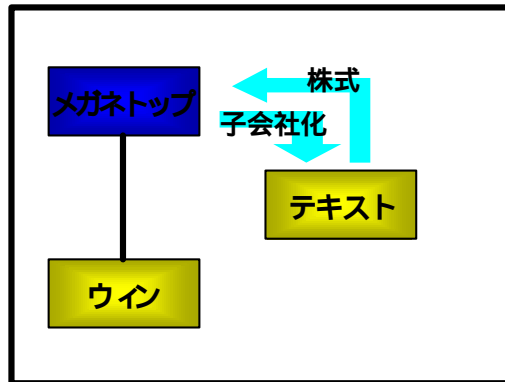
2-3. コンタクト販売事業の拡充

2004年10月末に株式会社テキスト(abcコンタクト)の発行済株式の53.3%を取得し、同社を子会社化致しました。同社と当社100%子会社である株式会社ウインとを2005年2月に合併、統合メリットを活かすことで事業を拡充し、2006年3月期決算を目処に新規上場を目指してまいります。

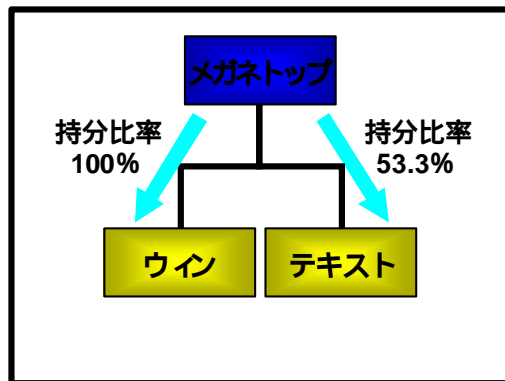
コンタクト事業
拡充へ向けた
ステップ

メガネトップ
グループ全体
へのインパクト

ステップ1 (テキスト社買収)



子会社化



テキスト社株式購入資金：

320百万円 (128,000円 × 2,500株)

ステップ2
(ウイン社&テキスト社合併)

| ウイン | | テキスト |
|--------|------------|--------|
| 15億円 | 売上 | 18億円 |
| 0.75億円 | 経常利益 | 0.79億円 |
| 402百万円 | 算定 時価総額 | 600百万円 |
| 1 | 統合比率 | 2.37 |

2005年2月に合併

| 統合会社 | |
|--------|----------------|
| 商号 | テキスト(存続会社はウイン) |
| 本社 | 大阪 |
| 資本金 | 97.9百万円 |
| 当社持分比率 | 72.0% |

両社の統合効果：

100百万円 (仕入原価逦減 & 間接費削減)

ステップ3
(統合会社新規上場)

2006年3月期(見込)

| 統合会社 | |
|-------|-------|
| 売上高 | 50億円 |
| 経常利益 | 4.1億円 |
| 税引後利益 | 2.5億円 |
| 店舗数 | 40店舗 |

新規上場

上場時の業績(見込)

| | |
|----------|--------|
| 売上高 | 50億円 |
| 税引後利益 | 2.5億円 |
| 予想PER | 15倍* |
| 予想時価総額 | 37.5億円 |
| 当社売却見込持分 | 20% |

新規上場によるキャピタルゲイン：

750百万円 (類似業種PERを採用の場合)

* :類似業種PERを採用

2-4.調剤薬局事業への進出(1/2)

地域社会において、視生活だけでなく生活全般の健康を、安心かつ快適に提供するサービスプロバイダーを目指すべく、調剤薬局事業へ進出し、積極的に展開してまいります。

メガネトップ
既存のビジョン

地域で一番のメガネ店

全国のどこでも、全てのお客様に支持される
「メガネの一番店」を作り上げる

メガネトップグループ
の新たなビジョン

生活全般のトータルサービスプロバイダー

ビジョンケア

融合
(シナジー)

ヘルスケア

生活全般の健康に係るトータルサービスを提供する

新規事業
(ヘルスケア事業)
単独のビジョン

地域の健康相談窓口

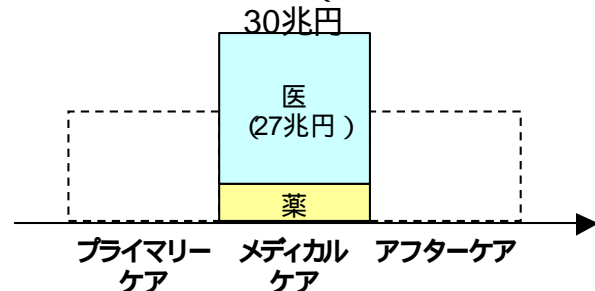
地域の皆様の健康相談窓口となり、地域医療の一端を担うと同時にライフスタイルの応援(=予防医療)を行うトータルサービスを提供する

2-4.調剤薬局事業への進出(2/2)

調剤薬局関連業界を取巻く背景を鑑み、新たな業態を開発することで、既存の調剤薬局市場のみならず関連市場であるドラッグストアとの差別化を打ち出してまいります。

調剤薬局市場規模

平成15年度 推定 3兆円 (医薬分業率50%)



厚生労働省の方針として、メディカルケアは今後削減していく方向にある

プライマリー市場のシェアをいかに押さえるか、がキーポイントとなる

ヘルスケア事業のビジネスシステムの特徴

- 国家資格保有者である「薬剤師」の有効活用
- メディカルケアである調剤で店舗販売管理費を賄い、プライマリーケアの骨格となる「健康食品・サプリメント」の販売で利益を創出
- 地域の「かかりつけ薬局」化を行い、消費者視点に立った薬局作り
- FCチェーンの構築
 - 全国で6万件 (調剤薬局除く医薬品小売業35,000件 / 調剤薬局27,000件) 存在する薬局のFC化
 - Uターン薬剤師の独立支援 (調剤報酬を担保とした融資も可能)

既存事業とのシナジー

- 顧客データの活用
 - 現在400万人の顧客を抱えており (基本的には1店舗あたり1万人/大型店では5万人~10万人規模)、うち稼動しているのは120万人程度であると推測される。当該顧客へのサプリメント販売を行うと同時に、付随する情報提供を行い、薬局への来店を促進する (サプリメント販売 4,000円/年 × 120万人 = 5,000百万円)
- 共同出店
 - メガネ 薬局 眼科+内科・外科等でのクリニックモールの出店 (郊外型立地) を行うことも可能となる。また、メガネの既存店への併設出店も可能である。
 - ⇒ メガネの繁忙期は土日であり、薬局・クリニックとは表裏の関係にある