

# 第27期の営業分析と 今後の経営方針

2006年5月

株式会社 メガネトップ

代表取締役社長(兼)営業本部長

富澤 昌三

## 1. 第27期の営業分析

1-1. メガネ部門の営業分析

1-2. コンタクトレンズ部門ならびに補聴器部門の営業分析

## 2. 中長期の経営方針と改革施策(抜粋)

2-1. 中長期経営方針

2-2. コスト削減の成果(途中経過)

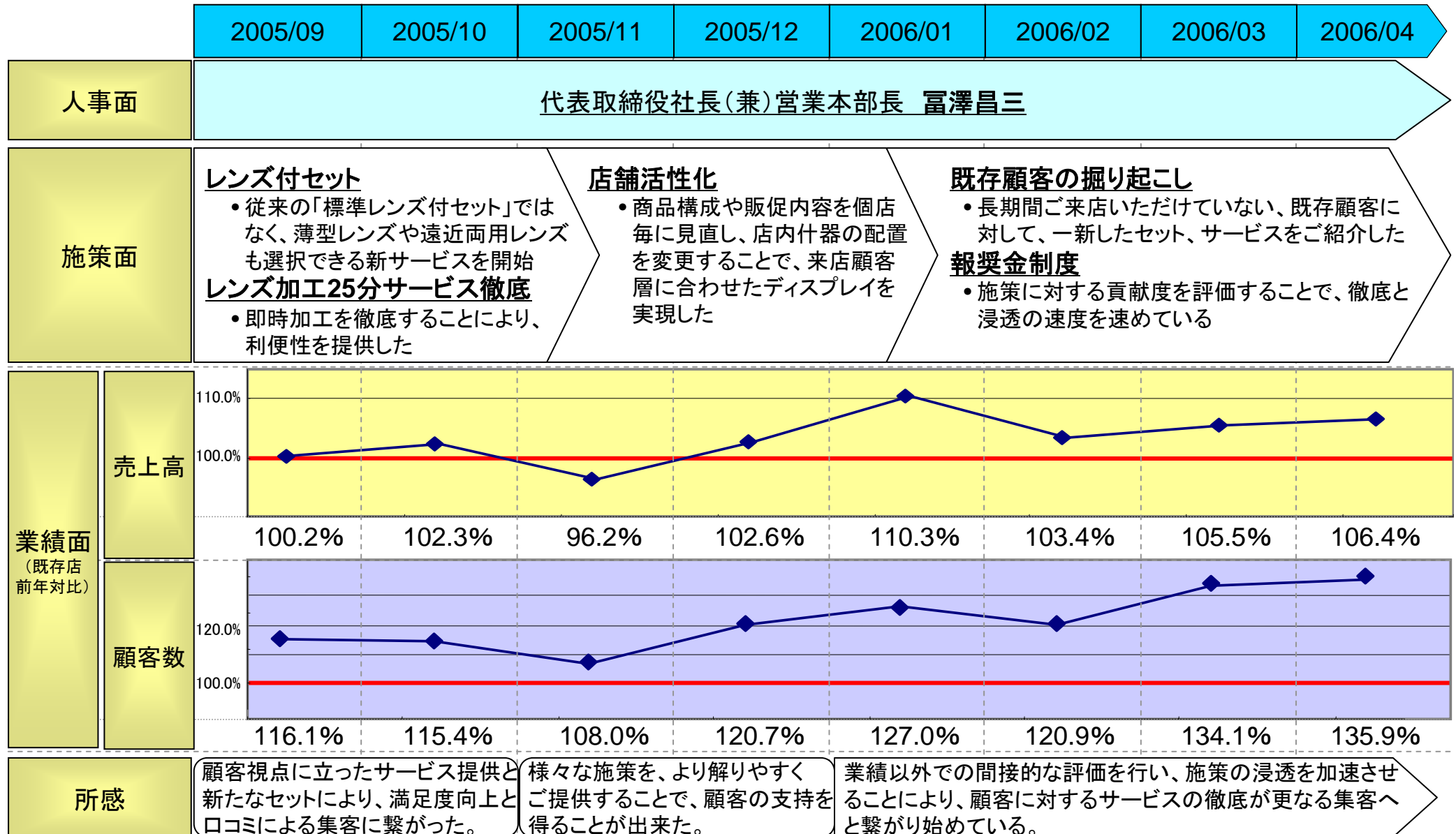
2-3. 組織再編について

2-4. 組織再編後の体制

2-5. 中期経営計画について

# 1. 第27期の営業分析

## 1-1. メガネ部門の営業分析



# 1. 第27期の営業分析

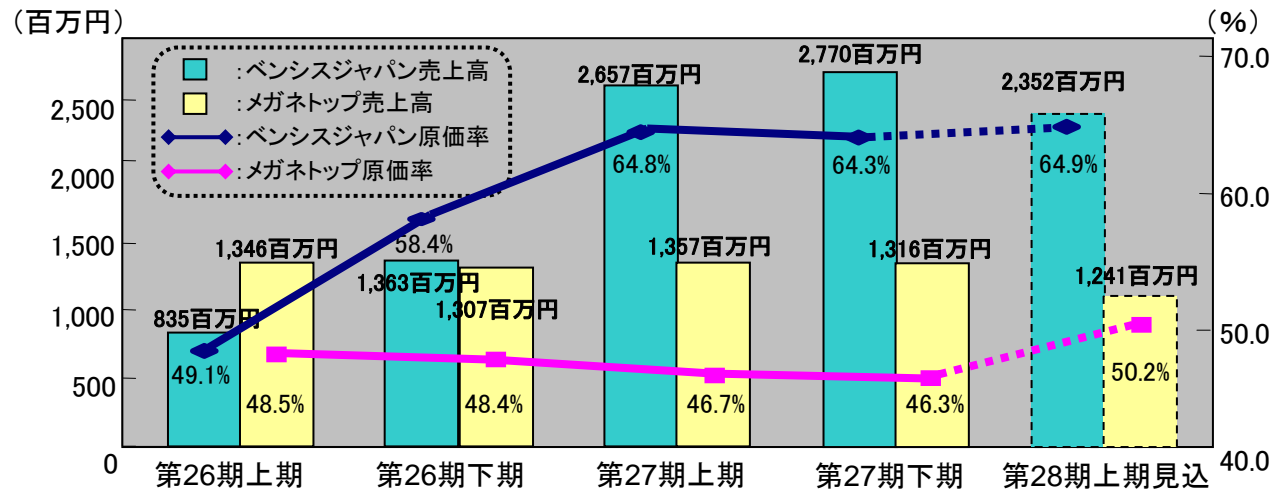
## 1-2. コンタクトレンズ部門・補聴器部門の営業分析

### 各部門の取組状況

#### コンタクトレンズ部門

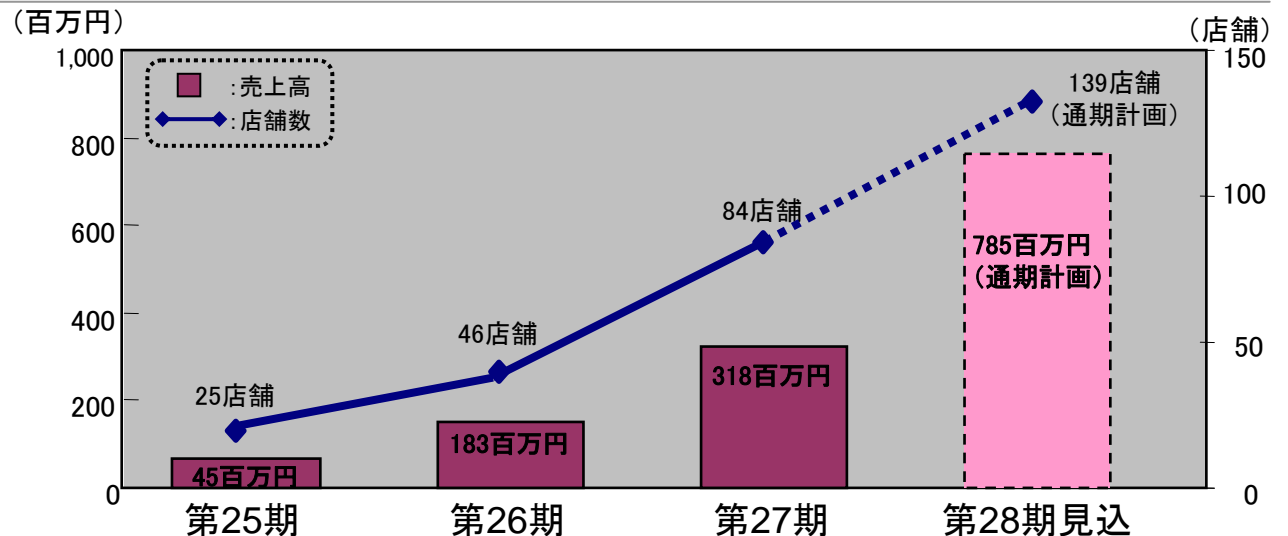
- コンタクトレンズ取扱店舗の拡大
- プライベートブランドの積極投入
  - グループ店舗、および異業種へプライベートブランドを投入することにより、販売網を拡大し、顧客の囲い込み、ならびにブランド認知度と利益の向上を図る
- プライベートブランドの供給体制改良
  - 欠品率を抑え2ウィークタイプ、1デイタイプ、ケア用品の品質改良を進める

### 各部門の実績



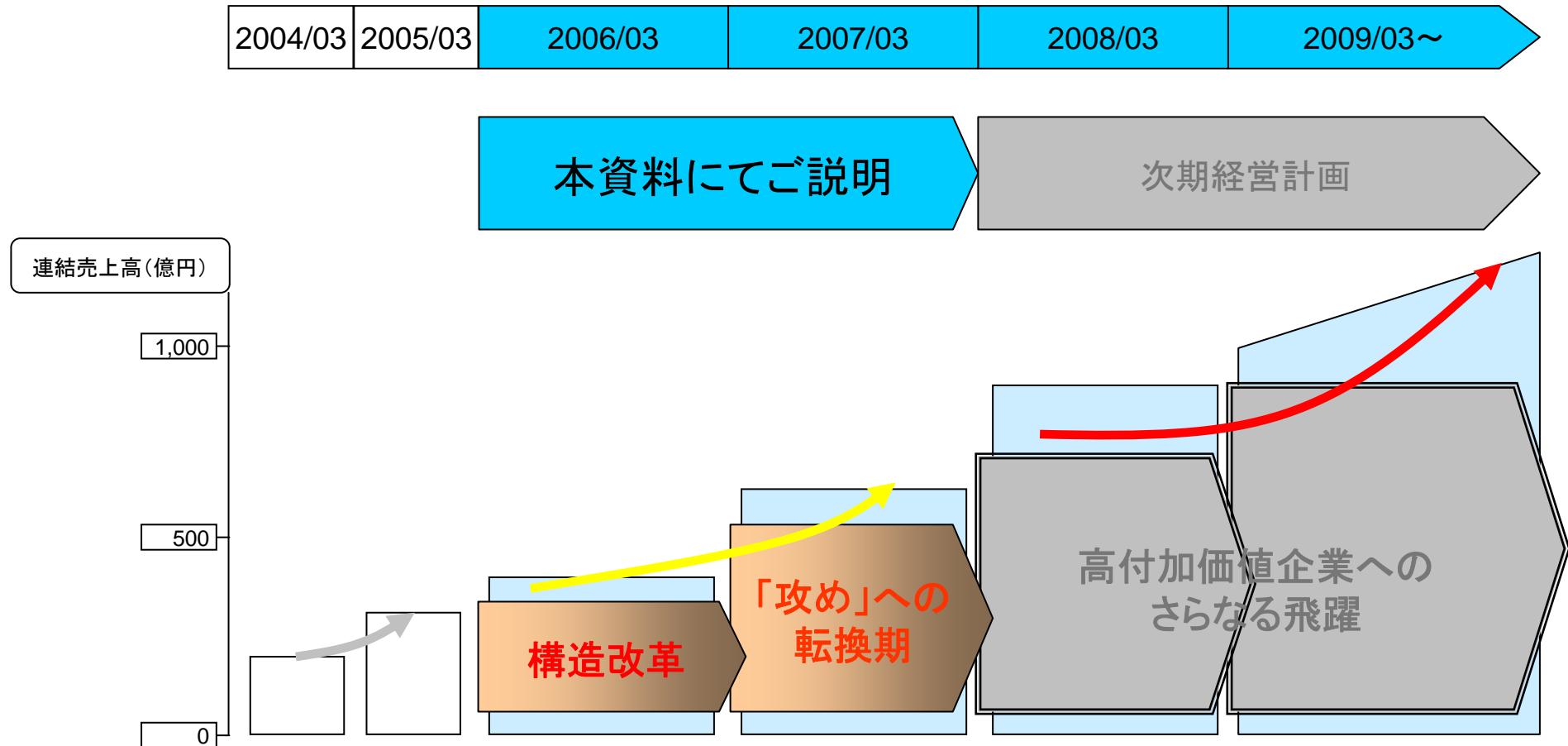
#### 補聴器部門

- 第25期(2004年3月期)より本格導入
- フラッグシップ店の構築
  - 専門性を重視した店舗を全国の主要エリアに構築
- 補聴器スタッフの育成
- 各エリアでの補聴器体験会の実施
  - 展示会形式で集客活動を行い、実際にご体験していただく
- 外商活動の推進



## 2. 中長期の経営方針と改革施策(抜粋)

### 2-1. 中長期経営方針



#### **2006年3月期(回顧)**

2006年3月期は、将来へ向けた事業基盤を築くための「構造改革」を行い、現状で想定しうる「濃み」を排除するとともに、利益体質確立に向けた施策を遂行した。(詳細は次頁にて説明)

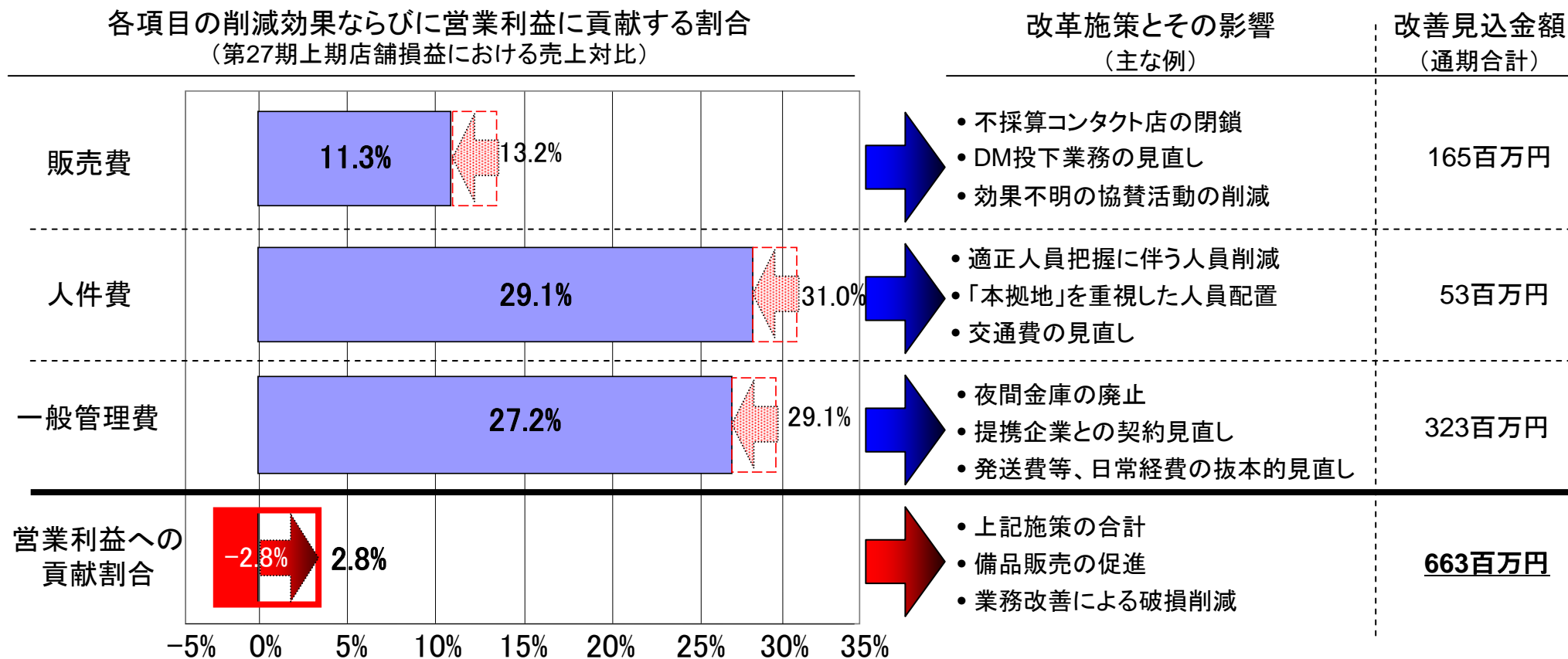
#### **2007年3月期**

2007年3月期は、次期中期経営計画において「攻め」に転じるための転換期とし、大きく飛躍するための施策を、積極的に展開していく。

## 2. 中長期の経営方針と改革施策(抜粋)

### 2-2. コスト削減の成果(途中経過)

第27期を「構造改革」の事業年度と位置付け、様々な側面から体質改善を図った。改革施策の遂行はまだまだ中途であり、さらなる改善を進めていく。



現在、上記の他に進めている改革施策の経過と結果については、中期経営計画の中でお伝えしたい

## 2. 中長期の経営方針と改革施策(抜粋)

### 2-3. 組織再編について

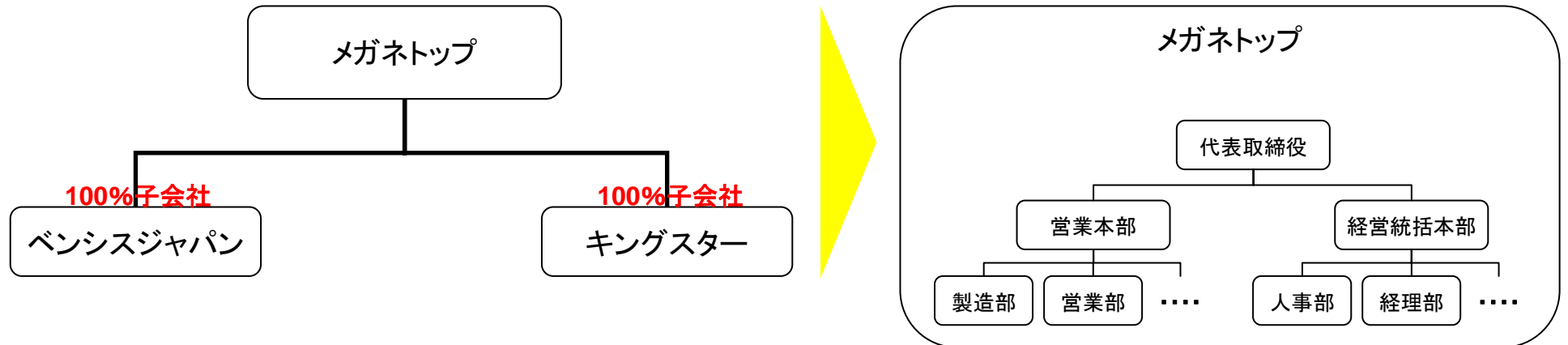
メガネトップグループの子会社2社(株式会社ベンシスジャパン・株式会社キングスター)を吸収合併することでグループ内のリソースを集約し、企業としての付加価値を高める。

#### 【目的】

- 限られた人材を集約することで、組織横断的な連携の仕組みを強化し、顧客サービスのさらなる向上を図る。
- 現在分散しているグループ内各社の意思決定機能を集約することで、効率的且つ迅速な活動を促進する。
- 収益性向上を目的として、間接部門を抜本的に見直し、スリムでフレキシブルな「小さな本社」を実現する。

#### 【組織再編の方法と説明】

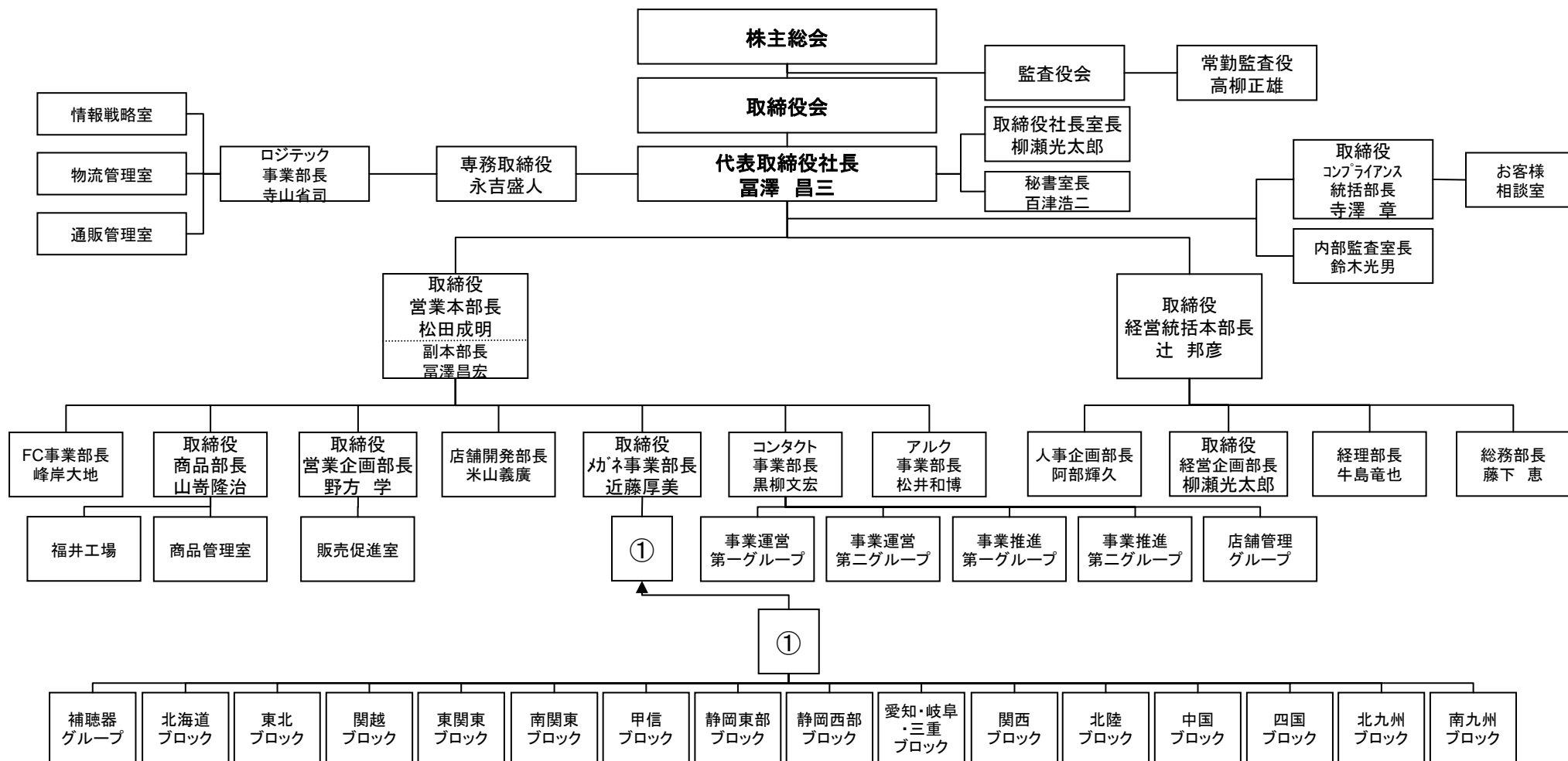
- メガネトップを存続会社とする吸収合併方式を採用し、子会社2社は解散する。(下述図示のとおり)
- 再編以後の職務分掌や各機能の整理・集約については、統合委員会(後述)にて検討・決定する。
- フィットミーについては、取引先メーカーとの関係を考慮し、再編の対象から除外する。



# 2. 中長期の経営方針と改革施策(抜粋)

## 2-4. 組織再編後の体制

グループ内の人的リソースを集約することで、改革をさらに加速するとともに、意思決定の迅速化を図る。また、間接部門の効率化を進め、企業体質を「筋肉質」化する。

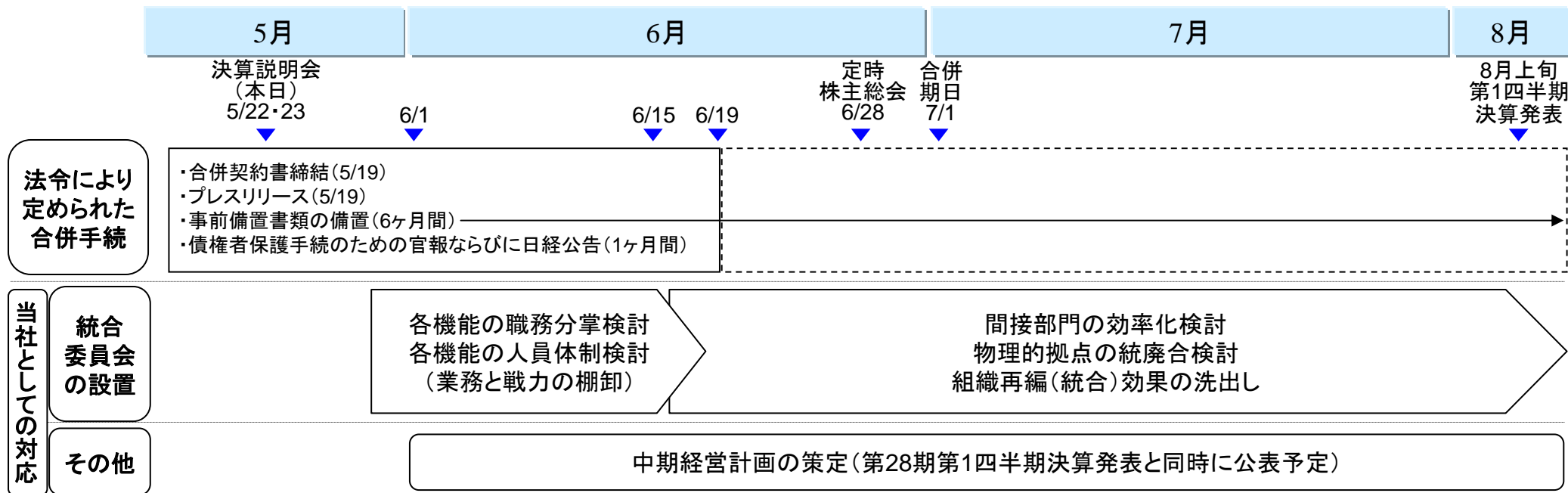


## 2. 中長期の経営方針と改革施策(抜粋)

### 2-5. 中期経営計画について

当該資料で示していない改革施策の全貌やコスト削減の経過と結果については、後日発表する予定の中期経営計画でご説明したい。

#### 1. 中期経営計画発表までのスケジュール



#### 2. 中期経営計画に含有する主な内容

- 現在進行中の改革施策の詳細
- コスト削減の詳細なる経過と結果
- 来期以降を見据えた中期的な経営計画

組織再編の最大の目的である、株主の皆様をはじめとしたステークホルダーへの十分な還元のため、「高付加価値企業への変革」を、どのように実現していくのか、その考え方と中期の業績計画についてご説明する。