



2026年1月期 第2四半期決算説明資料

2025年9月

Japan Eyewear Holdings 株式会社（証券コード5889）

01 2026年1月期第2四半期 業績概況

- 連結業績概況
- 事業セグメント別業績

取締役管理本部長 柴田 俊一

02 2026年1月期第2四半期までの取り組み

代表取締役社長 金子 真也

01

2026年1月期第2四半期 業績概況

- 連結業績概況

2026年1月期第2四半期累計実績

売上収益	8,937百万円 (+7.7%)
売上総利益率	79.0% (+0.3pts.)
営業利益	2,886百万円 (+4.8%)
営業利益率	32.3% (▲0.9pts.)
中間利益	1,743百万円 (+4.0%)

- ◆ 第2四半期累計売上収益・営業利益・中間利益は過去最高額を達成
- ◆ 店舗売上が9.7%増加し、売上収益成長に貢献
- ◆ 特に香港・韓国からのインバウンド売上が苦戦するも、第2四半期のインバウンド売上は前年比3.3%増の914百万円を獲得し、第2四半期累計で前年比13.5%増の1,811百万円となった
- ◆ 営業利益率は引き続き高水準を維持

金子眼鏡セグメント

売上高	5,876百万円 (+9.5%)
セグメント利益	2,224百万円 (+9.0%)

- ◆ 店舗売上が9.7%増加し、売上高成長に貢献
- ◆ 国内店舗の既存店売上高前年比は第2四半期累計104.8%、第2四半期102.5%
- ◆ 国内2店舗・海外2店舗の新規出店と国内2店舗の退店を実施

フォーナインズセグメント

売上高	3,060百万円 (+4.3%)
セグメント利益	945百万円 (+0.2%)

- ◆ 店舗売上が9.7%増加し、売上高成長に貢献
- ◆ 国内店舗の既存店売上高前年比は第2四半期累計106.3%、第2四半期105.3%
- ◆ 国内2店舗の新規出店を実施
- ◆ 国内卸売上は引き続き減収。海外卸売上は増収に転じている

() 内は前年比

連結PL（第2四半期累計）

- 売上収益は前期比7.7%増の約89億円、営業利益は前期比4.8%増の約28億円
- 売上総利益率は前期比0.3ポイント上昇の79.0%、営業利益率は32.3%と高水準を維持
- 防衛特別法人税創設に伴う将来の実効税率上昇により、法人所得税費用が増加

百万円

	2025/1期Q2	2026/1期Q2	増減	前年同期比
売上収益	8,300	8,937	636	107.7%
売上原価	1,766	1,874	108	106.1%
売上総利益	6,534	7,062	528	108.1%
売上総利益率	78.7%	79.0%	0.3Pt	-
販売費及び一般管理費	3,792	4,180	387	110.2%
その他の収益/その他の費用（▲）	13	4	▲8	33.3%
営業利益	2,754	2,886	131	104.8%
営業利益率	33.2%	32.3%	▲0.9Pt	-
EBITDA	3,564	3,814	250	107.0%
EBITDA率	42.9%	42.7%	▲0.3Pt	-
調整後EBITDA	3,596	3,879	283	107.9%
金融収益/金融費用（▲）	▲271	▲158	113	58.4%
税引前中間利益	2,482	2,727	244	109.9%
法人所得税費用	805	984	178	122.1%
中間利益	1,677	1,743	66	104.0%

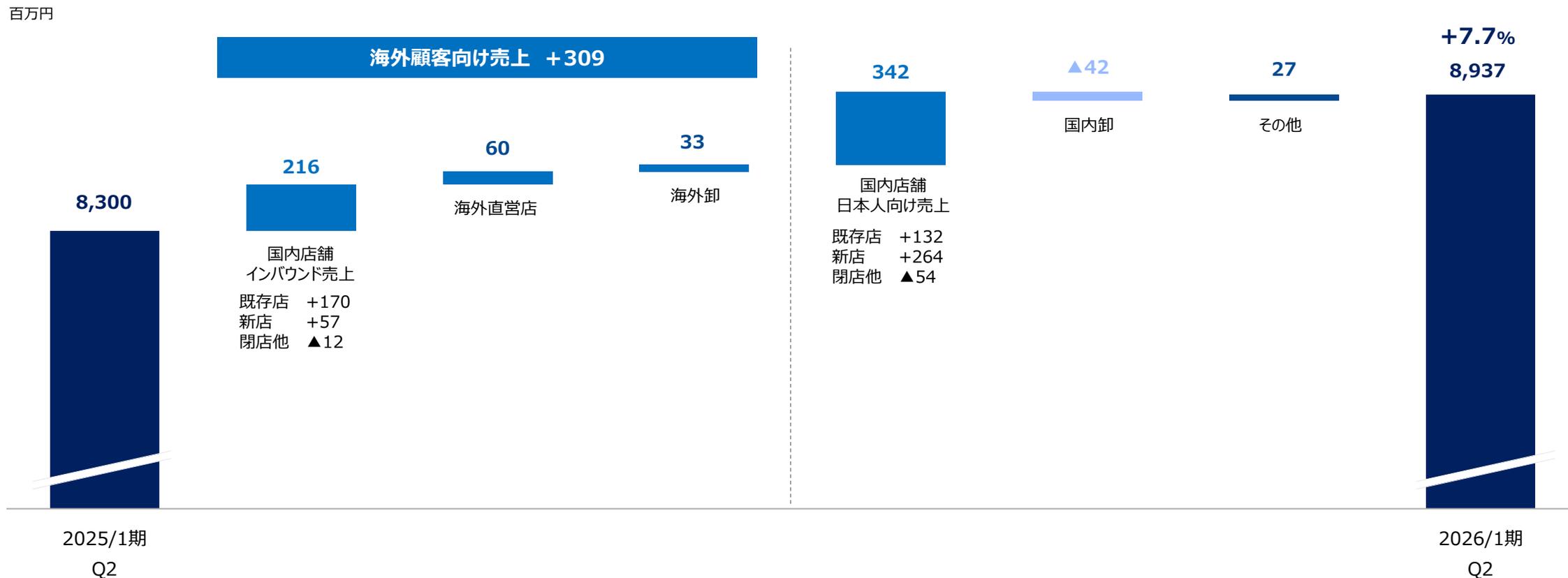
注:

1. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
2. 調整後EBITDA=EBITDA（営業利益+減価償却費+識別可能資産償却）+上場関連費用（注3）+買収関連費用（注4）
3. 法律事務所への支払報酬や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
4. 2025年1月期にタイホウ社、2026年1月期にハンズ社を買収した際の費用であります。

売上収益増減（第2四半期累計）

- 連結売上収益は前年同期比+7.7%の約89億円を達成
- 引き続き堅調なインバウンド売上により海外顧客向け売上は前年比3億円増。新規出店を含む国内店舗における日本人向け売上は3.4億円増

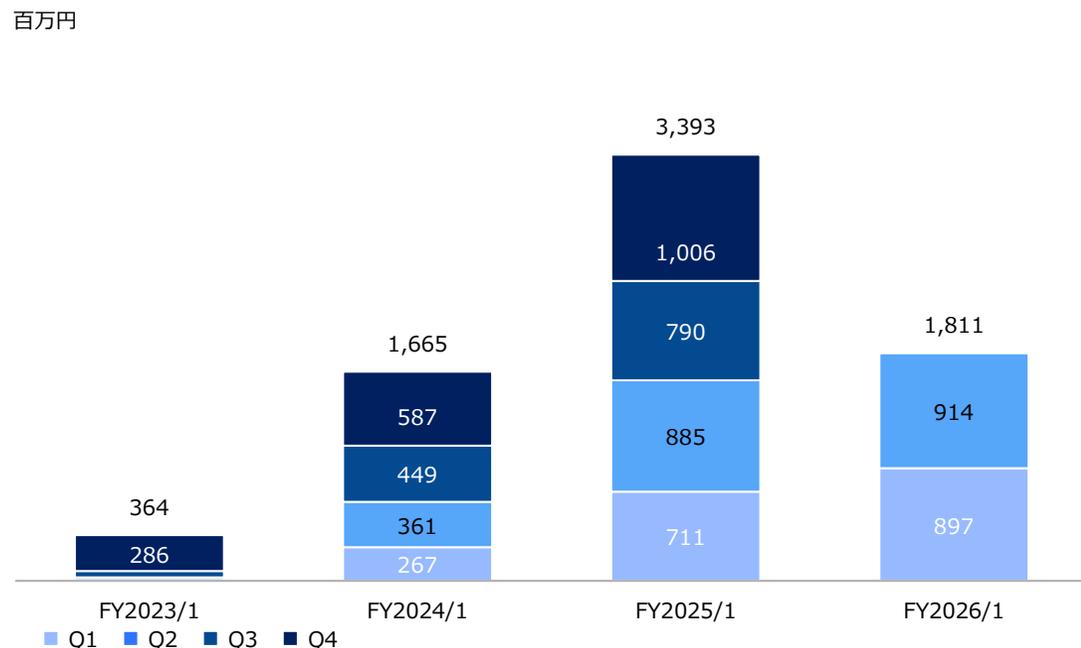
第2四半期累計



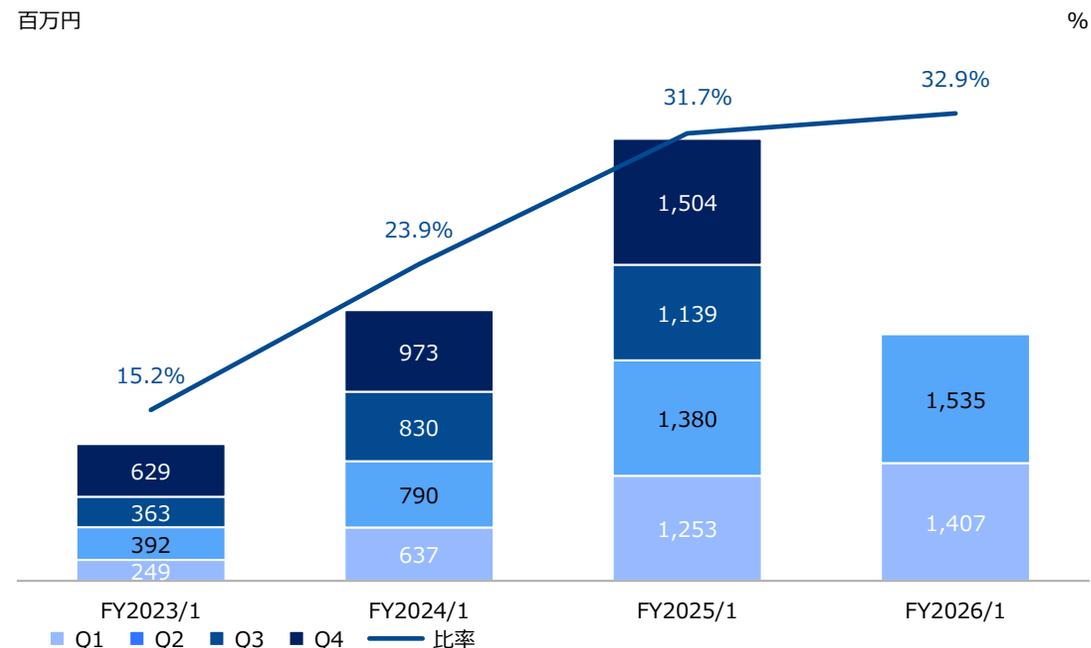
連結PL（海外向け売上）

- 第2四半期の国内店舗におけるインバウンド顧客向け売上は、一部国・地域からの訪日者数減少の影響で特に香港、韓国からのお客様に向けた売上が苦戦するも、前年同期比3.3%増の約9億円となった
- 同じく第2四半期の海外顧客向け売上は前年同期比11.2%増の約15億円となり、連結売上に占める比率は32.9%を達成

四半期別インバウンド売上 (1)



海外顧客向け売上金額・比率 (3)



第2四半期インバウンド売上914百万円
2025年5月～7月訪日者数10,508千人 (2)

前年同期比 +3.3%
前年同期比 +10.9%

注:

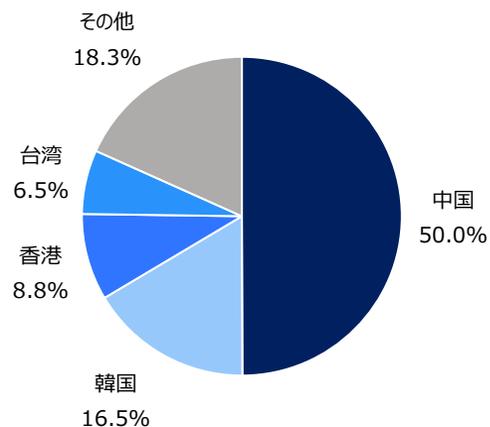
1. 国内直営店における訪日外国人顧客による売上収益（卸販売先におけるインバウンド売上は含まない）
2. 2025年8月20日付日本政府観光局（JNTO）リリースより。2025年6月及び7月は推計値
3. 海外直営店舗での売上収益、海外における卸売による売上収益、インバウンドの売上収益（直営店における訪日外国人顧客による売上収益を指しており、国内卸売における訪日外国人観光客による売上収益は含まない）を加算したデータ。これを連結売上で除したものを比率としている

直近のインバウンド売上動向

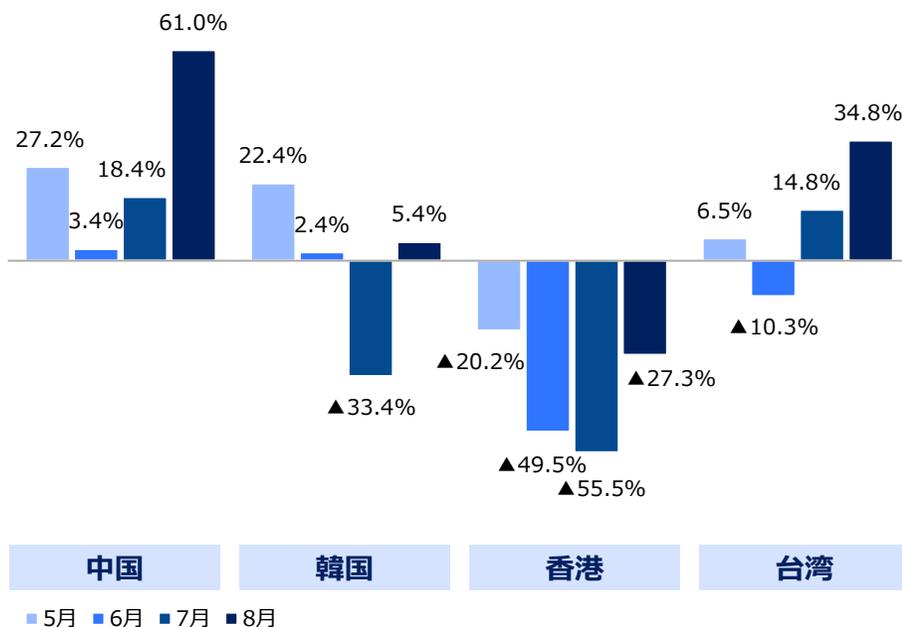
- 国内店舗におけるインバウンド売上のうち約80%を中国・韓国・香港・台湾からの顧客が占める
- これらの国・地域からの売上は6月以降前年比で減少したが、直近では回復基調にある
- また、同様にインバウンド客数の減少に伴い打撃を受けた百貨店業界と比較すると、当社では売上の下落幅は抑制されている状況

Japan Eyewear Holdings

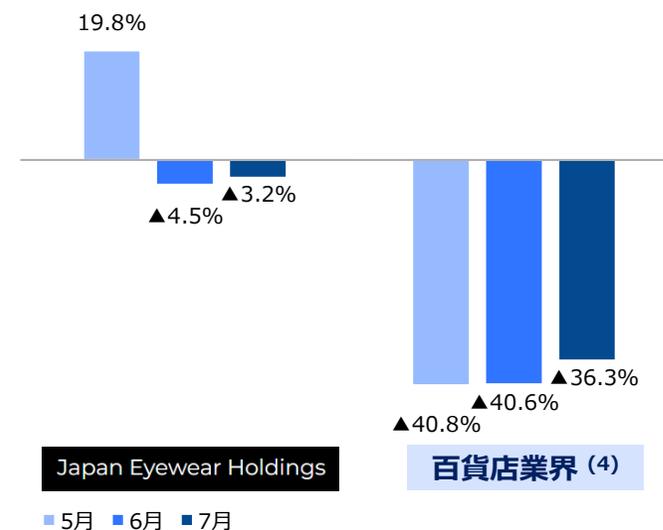
国別インバウンド売上
(2025年2月 - 8月累計) (1)(2)



国別インバウンド売上前年同月比
(2025年5月 - 8月速報ベース) (2)(3)



(ご参考) 百貨店における免税売上と当社インバウンド売上の前年同月比の比較
(2025年5月 - 7月速報ベース) (4)



注:
 1. 金子眼鏡セグメント及びフォーナインズセグメントにおける合計値
 2. 2025年2月 - 2025年8月速報の合計値
 3. 2025年5月 - 2025年8月速報の各月における実績値
 4. 百貨店は日本百貨店協会開示資料を参照。当社はインバウンド売上高合計を参照

連結販管費（第2四半期累計）

- 販管費6か月間で約4億円増加。主な増加要因は店舗数増加、店舗売上増加に伴う費用増

百万円

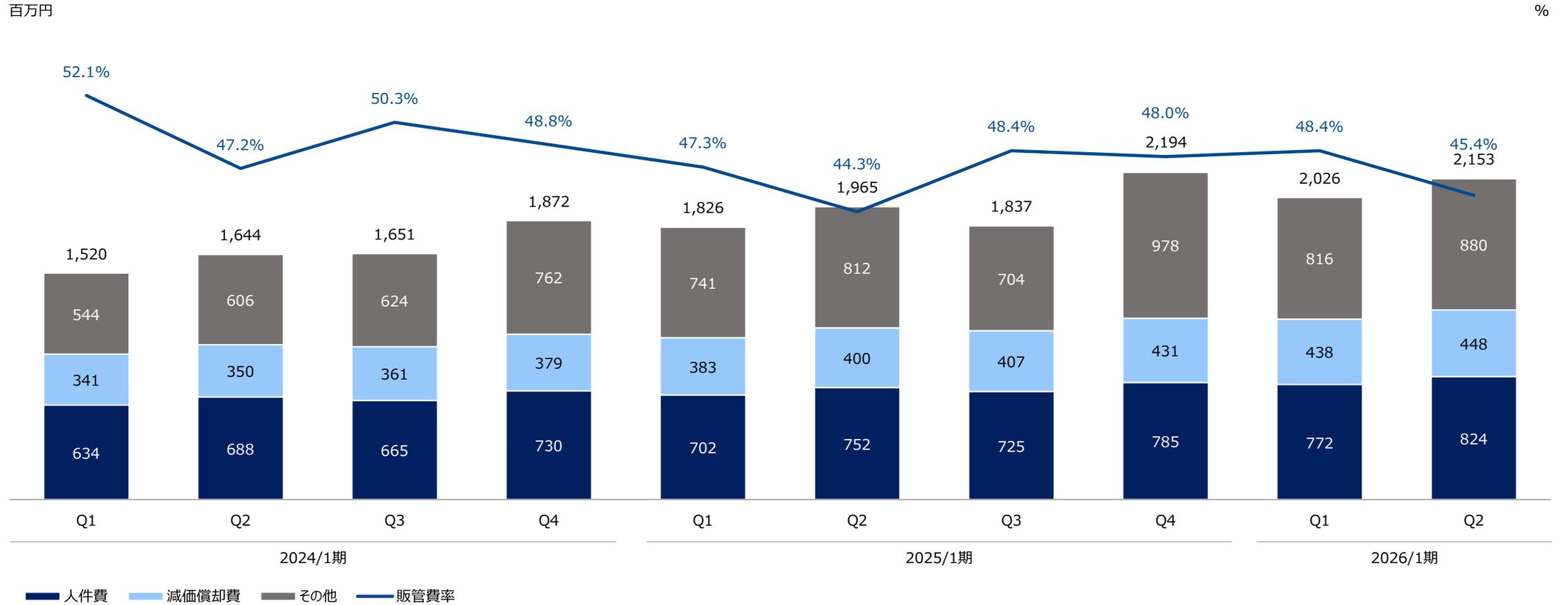
	2025/1期Q2	2026/1期Q2	増減/pt差	前年同期比	備考
販売費および一般管理費合計	3,792	4,180	387	110.2%	
売上比	45.7%	46.8%	1.1pt		
人件費	1,454	1,597	142	109.8%	主として店舗数増による人件費増
売上比	17.5%	17.9%	0.3pt		
減価償却費 ⁽¹⁾	784	886	102	113.1%	出店に伴う使用権資産償却増
売上比	9.4%	9.9%	0.5pt		新工場設立による有形固定資産等償却増 ほか
賃借料	465	520	54	111.8%	店舗売上増加に伴う歩合家賃増
売上比	5.6%	5.8%	0.2pt		
支払手数料	255	285	30	111.9%	
売上比	3.1%	3.2%	0.1pt		
販売促進費	220	240	19	109.0%	
売上比	2.7%	2.7%	0.0pt		
販売代行手数料	139	179	39	128.6%	店舗運営委託先向け手数料
売上比	1.7%	2.0%	0.3pt		店舗売上増加に伴い増加
広告宣伝費	27	28	0	100.5%	
売上比	0.3%	0.3%	▲0.0pt		
その他	444	442	▲2	99.5%	
売上比	5.4%	5.0%	▲0.4pt		

注:

1. 減価償却費には店舗賃借にかかる使用権資産の償却が含まれています。(2025/1期 665百万円、2026/1期 721百万円)

連結販管費推移

- 固定費割合が大きい卸事業の減収影響を受け、販管費率は前年同期比1.1ポイント上昇



連結PL（第2四半期）

- 売上収益は前期比6.9%増の約47億円、営業利益は前期比1.3%増の約15億円
- 売上総利益率は前期比0.6ポイント低下の78.6%、営業利益率は33.3%と高水準を維持

百万円

	2025/1期Q2 (5月～7月)	2026/1期Q2 (5月～7月)	増減	前年同期比
売上収益	4,439	4,745	306	106.9%
売上原価	922	1,016	94	110.2%
売上総利益	3,516	3,728	212	106.0%
売上総利益率	79.2%	78.6%	▲0.6Pt	-
販売費及び一般管理費	1,965	2,153	187	109.6%
その他の収益/その他の費用 (▲)	8	3	▲4	43.2%
営業利益	1,559	1,578	19	101.3%
営業利益率	35.1%	33.3%	▲1.9Pt	-
EBITDA	1,972	2,048	75	103.8%
EBITDA率	44.4%	43.2%	▲1.3Pt	-
調整後EBITDA	1,979	2,092	112	105.7%
金融収益/金融費用 (▲)	▲178	▲79	98	44.6%
税引前四半期利益	1,380	1,499	118	108.6%
法人所得税費用	440	538	97	122.2%
四半期利益	940	960	20	102.2%

注:

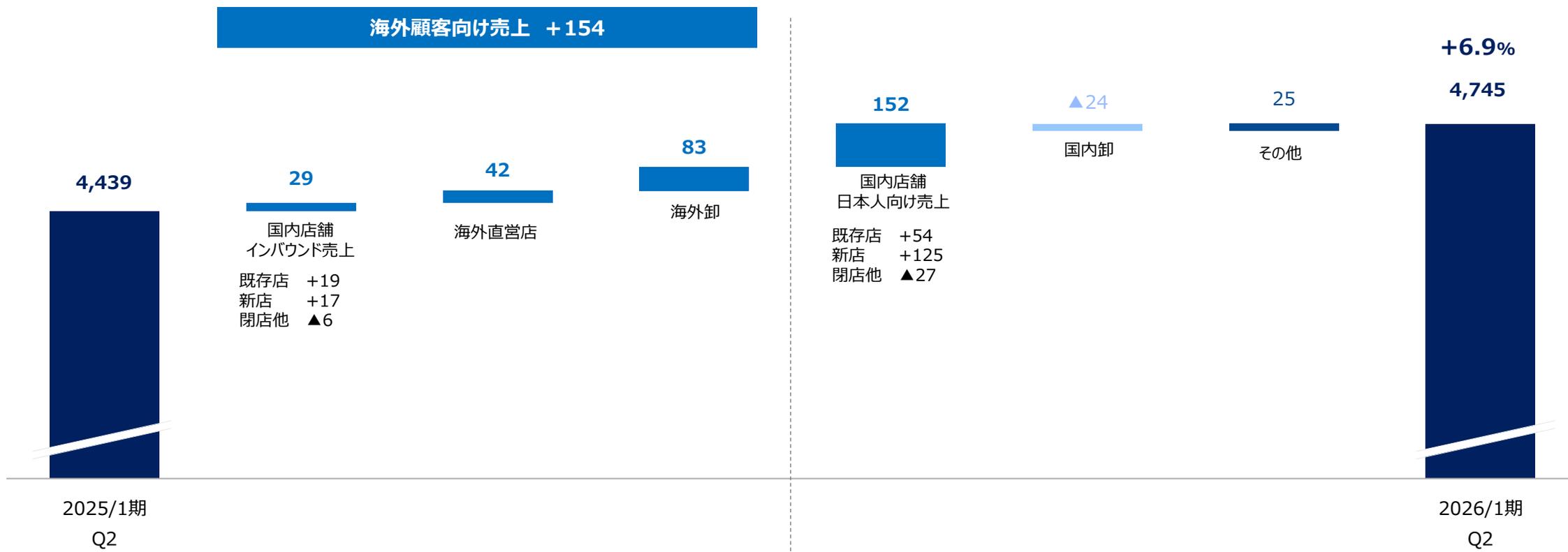
1. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
2. 調整後EBITDA=EBITDA（営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費）+上場関連費用（注3）+買収関連費用（注4）
3. 法律事務所への支払報酬や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
4. 2025年1月期にタイホウ社、2026年1月期にハンス社を買収した際の費用であります。

売上収益増減（第2四半期）

- 連結売上収益は前年同期比+6.9%の約47億円を達成
- 引き続き堅調なインバウンド売上により海外顧客向け売上は前年比1.5億円増。新規出店を含む国内店舗における日本人向け売上は1.5億円増

第2四半期

百万円



連結販管費（第2四半期）

- 販管費は3か月間で約2億円増加。主な増加要因は店舗数増加、店舗売上増加に伴う費用増

百万円

	2025/1期Q2 (5月～7月)	2026/1期Q2 (5月～7月)	増減/pt差	前年同期比	備考
販売費および一般管理費合計	1,965	2,153	187	109.6%	
売上比	44.3%	45.4%	1.1pt		
人件費	752	824	72	109.6%	主として店舗数増による人件費増
売上比	16.9%	17.4%	0.4pt		
減価償却費 ⁽¹⁾	400	448	47	111.9%	出店に伴う使用権資産償却増
売上比	9.0%	9.5%	0.4pt		新工場設立による有形固定資産等償却増 ほか
賃借料	250	266	15	106.3%	店舗売上増加に伴う歩合家賃増
売上比	5.6%	5.6%	▲0.0pt		
支払手数料	115	168	52	145.8%	ハンズ社買収に伴う手数料増
売上比	2.6%	3.5%	0.9pt		
販売促進費	120	131	10	109.0%	
売上比	2.7%	2.8%	0.1pt		
販売代行手数料	73	94	20	128.2%	店舗運営委託先向け手数料
売上比	1.7%	2.0%	0.3pt		店舗売上増加に伴い増加
広告宣伝費	23	11	▲11	50.3%	
売上比	0.5%	0.3%	▲0.3pt		
その他	228	207	▲21	90.8%	
売上比	5.1%	4.4%	▲0.8pt		

注:

1. 減価償却費には店舗賃借にかかる使用権資産の償却が含まれています。(2025/1期 338百万円、2026/1期 364百万円)

連結PL（通期予想進捗）

- 第2四半期におけるインバウンド売上の伸び悩みもあり、第2四半期累計実績の通期予想に対する進捗率は計画比若干未達の売上収益46.9%・営業利益46.6%・当期利益43.6%となっているものの、足許インバウンド売上の回復も含めて下期に挽回し、引き続き通期予想達成を目指す

百万円

	通期予想	2026/1期Q2	進捗率
売上収益	19,050	8,937	46.9%
売上原価	4,000	1,874	46.9%
売上総利益	15,050	7,062	46.9%
売上総利益率	79.0%	79.0%	-
販売費及び一般管理費	8,860	4,180	47.2%
その他の収益/その他の費用（▲）	10	4	44.1%
営業利益	6,200	2,886	46.6%
営業利益率	32.5%	32.3%	-
EBITDA	8,000	3,814	47.7%
EBITDA率	42.0%	42.7%	-
調整後EBITDA	8,089	3,879	48.0%
金融収益/金融費用（▲）	▲300	▲158	52.9%
税引前利益	5,900	2,727	46.2%
法人所得税費用	1,900	984	51.8%
当期利益/中間利益	4,000	1,743	43.6%

注:

1. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
2. 調整後EBITDA=EBITDA（営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費）+上場関連費用（注3）+買収関連費用（注4）
3. 法律事務所への支払報酬や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
4. 2025年1月期にタイホウ社、2026年1月期にハンス社を買収した際の費用であります。

連結貸借対照表

- 流動資産約5億円増加のうち、現預金残高が約9億円減少。ハンズ社買収等により棚卸資産が約3億円増加
- 中間利益計上によるプラス、配当金支払によるマイナスにより資本合計は約7億円増加

百万円

	2025/1月末	2025/7月末	増減	対前期末
総資産	38,833	39,386	552	101.4%
構成比	100.0%	100.0%		
流動資産	7,436	6,974	▲462	93.8%
構成比	19.1%	17.7%		
非流動資産	31,396	32,411	1,015	103.2%
構成比	80.8%	82.3%		
流動負債	5,220	5,596	375	107.2%
構成比	13.4%	14.2%		
非流動負債	17,191	16,694	▲496	97.1%
構成比	44.3%	42.4%		
資本合計	16,421	17,095	674	104.1%
構成比	42.3%	43.4%		
銀行借入金残高	12,900	12,925	25	100.2%
棚卸資産	1,871	2,216	344	118.4%

連結キャッシュ・フロー計算書（第2四半期累計）

- 法人所得税の支払、ハンズ社買収、株主様への配当金支払等のため、前年同期末と比較して現預金が約10億円減少

百万円

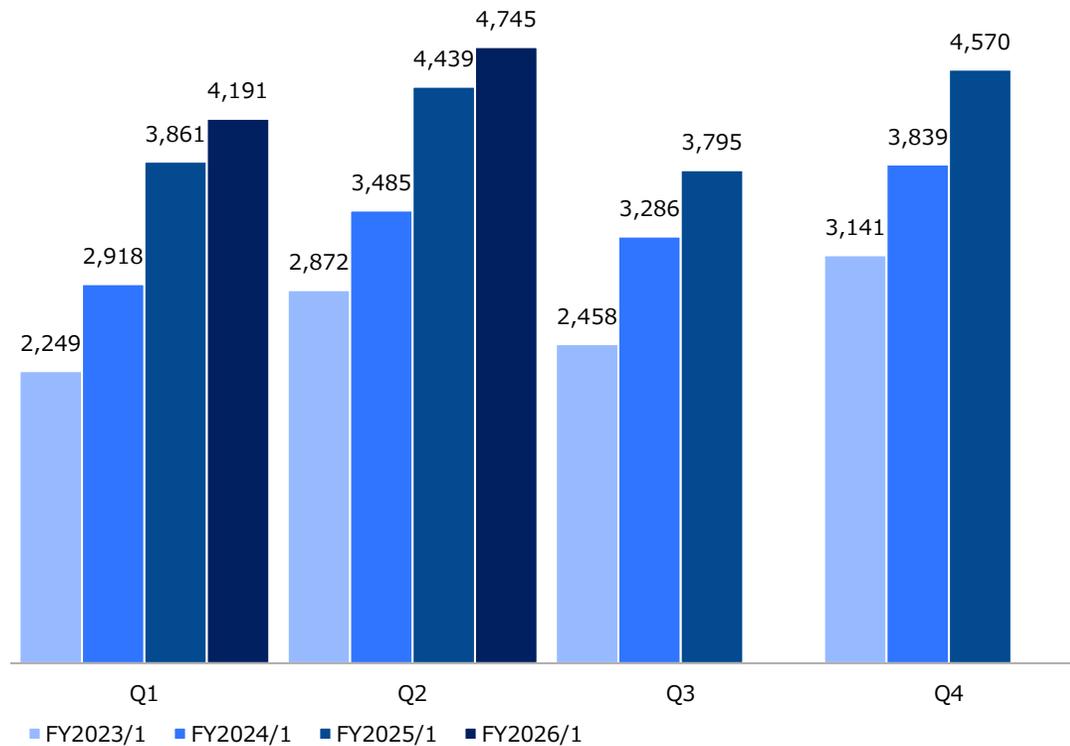
	2025/1期Q2	2026/1期Q2	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	3,441	3,520		
営業キャッシュ・フロー	2,612	2,283	税引前中間利益	+2,727
			減価償却費	+928
			棚卸資産の増減額（▲は増加）	▲204
			法人所得税の支払額	▲1,103
投資キャッシュ・フロー	▲1,262	▲1,724	有形固定資産の取得による支出	▲777
			連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	▲654
財務キャッシュ・フロー	▲1,779	▲1,427	株主への配当金支払	▲1,060
			リース負債の返済による支出	▲696
現金及び現金同等物期末残高	4,032	3,047		

四半期別売上収益・営業利益推移

- 四半期別の売上収益、営業利益ともに過去最高額を達成

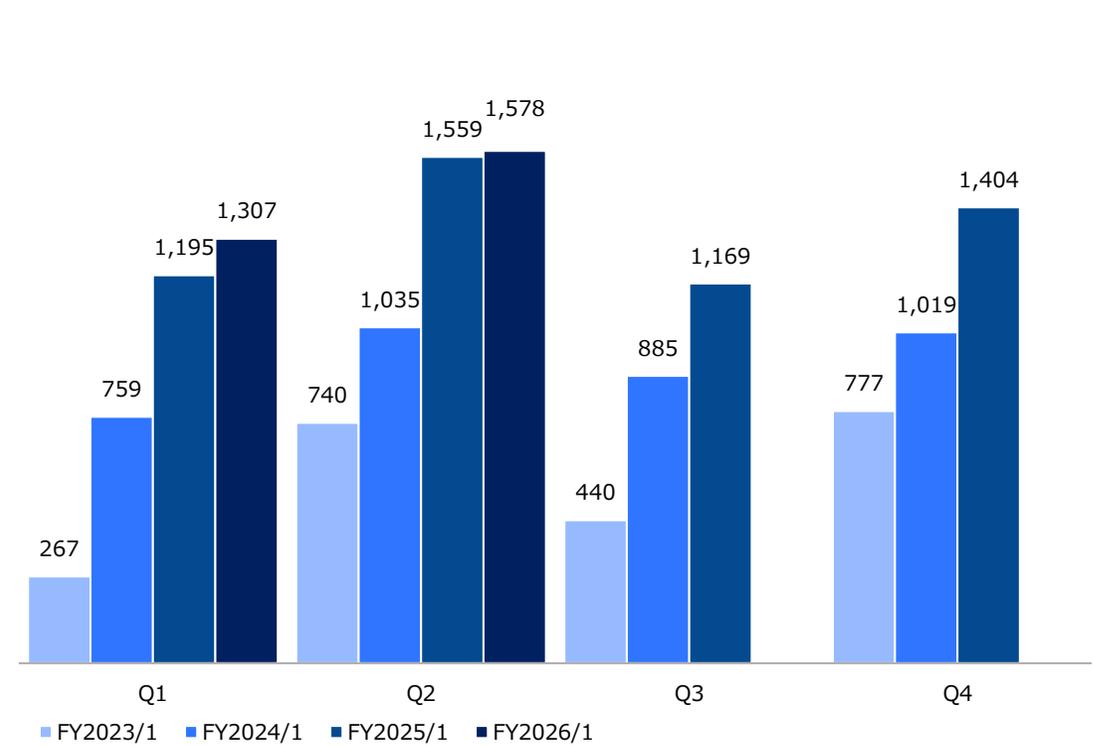
売上収益

百万円



営業利益

百万円



01

2026年1月期第2四半期 業績概況

- 事業セグメント別業績

セグメントPL（第2四半期累計）

- 金子眼鏡セグメントは+9.5%増収・+9.0%増益
- 一方のフォーナインズセグメントは国内卸売上のマイナスもあり、+4.3%増収・+0.2%増益

百万円

			2025/1期Q2	2026/1期Q2	増減	前年同期比
 <p>金子眼鏡 ESTABLISHED 1958</p>	売上高	店舗売上高	4,852	5,320	468	109.7%
		国内卸売上高	173	190	16	109.7%
		海外卸売上高	328	330	2	100.8%
		その他売上高	11	35	23	296.2%
		計	5,365	5,876	511	109.5%
		セグメント利益	2,040	2,224	183	109.0%
	売上高	店舗売上高	1,543	1,692	149	109.7%
		国内卸売上高	843	784	▲58	93.0%
		海外卸売上高	529	560	30	105.7%
		その他売上高	17	22	4	126.1%
		計	2,934	3,060	125	104.3%
	セグメント利益	943	945	2	100.2%	
共通・調整	セグメント利益	▲229	▲283	▲54	123.5%	
 <p>JEH JAPAN EYEWEAR HOLDINGS</p>	売上高	店舗売上高	6,395	7,013	617	109.7%
		国内卸売上高	1,017	975	▲42	95.9%
		海外卸売上高	857	891	33	103.9%
		その他売上高	29	57	27	193.7%
		計	8,300	8,937	636	107.7%
	セグメント利益	2,754	2,886	131	104.8%	

セグメントPL (第2四半期)

- 金子眼鏡セグメントは+6.4%増収・+2.9%増益
- 一方のフォーナインズセグメントは国内卸売上のマイナスもあり、+7.8%増収・+8.0%増益

百万円

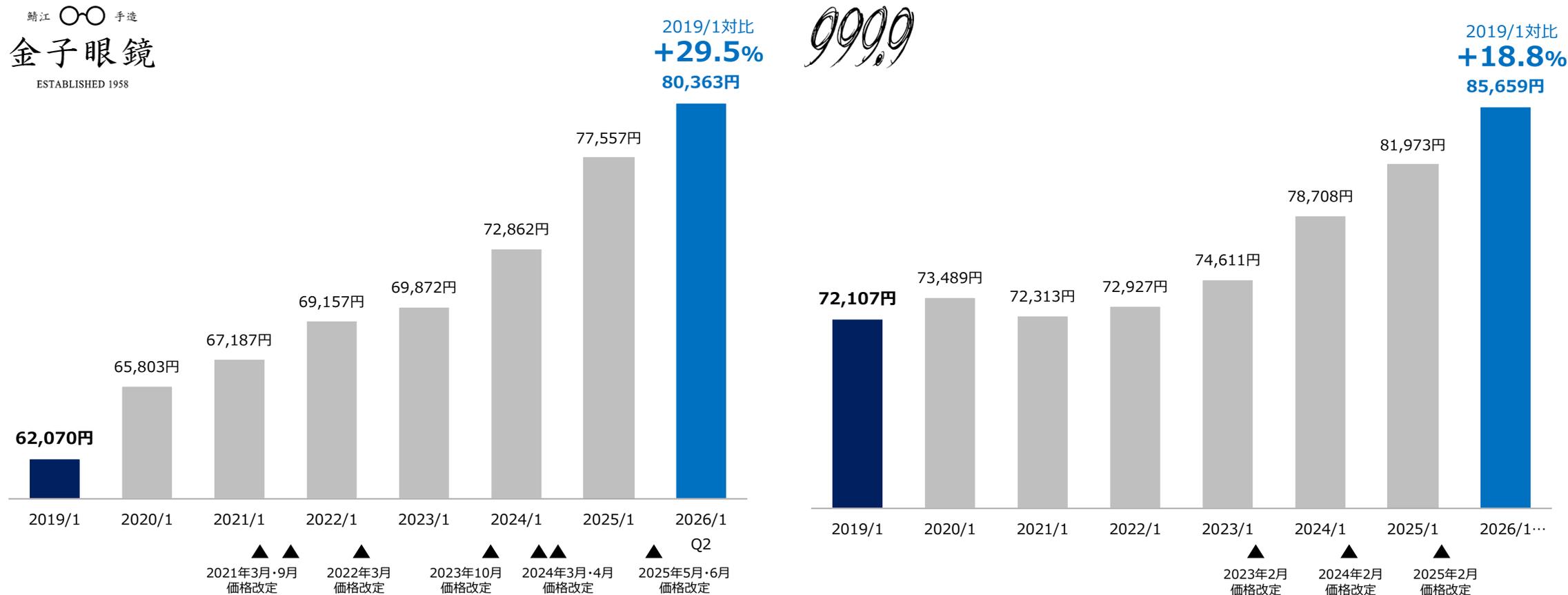
		2025/1期Q2(5月~7月)	2026/1期Q2(5月~7月)	増減	前年同期比	
 <p>金子眼鏡 ESTABLISHED 1958</p>	売上高	店舗売上高	2,576	2,730	153	106.0%
		国内卸売上高	58	64	5	109.8%
		海外卸売上高	198	194	▲3	98.1%
		その他売上高	6	32	26	521.7%
		計	2,839	3,021	182	106.4%
		セグメント利益	1,116	1,148	32	102.9%
	売上高	店舗売上高	825	894	69	108.4%
		国内卸売上高	557	527	▲29	94.7%
		海外卸売上高	200	286	86	143.1%
		その他売上高	16	14	▲1	88.8%
		計	1,599	1,723	124	107.8%
	セグメント利益	550	594	43	108.0%	
共通・調整	セグメント利益	▲107	▲164	▲56	152.8%	
 <p>JEH JAPAN EYEWEAR HOLDINGS</p>	売上高	店舗売上高	3,401	3,624	223	106.6%
		国内卸売上高	615	591	▲23	96.1%
		海外卸売上高	398	481	82	120.7%
		その他売上高	22	47	24	207.4%
		計	4,439	4,745	306	106.9%
	セグメント利益	1,559	1,578	19	101.3%	

ブランド力を背景とした継続的な既存店成長

- 国内アイウェア市場においてプレゼンスの高い2つのブランドを有することで多様なカテゴリの商品を提供でき、グループとしてのブランド力は更に向上
- 結果として一式単価の継続的な向上を通じて既存店成長を実現する

一式単価の継続的な向上 (1)

鯖江 〇〇 手造
金子眼鏡
ESTABLISHED 1958

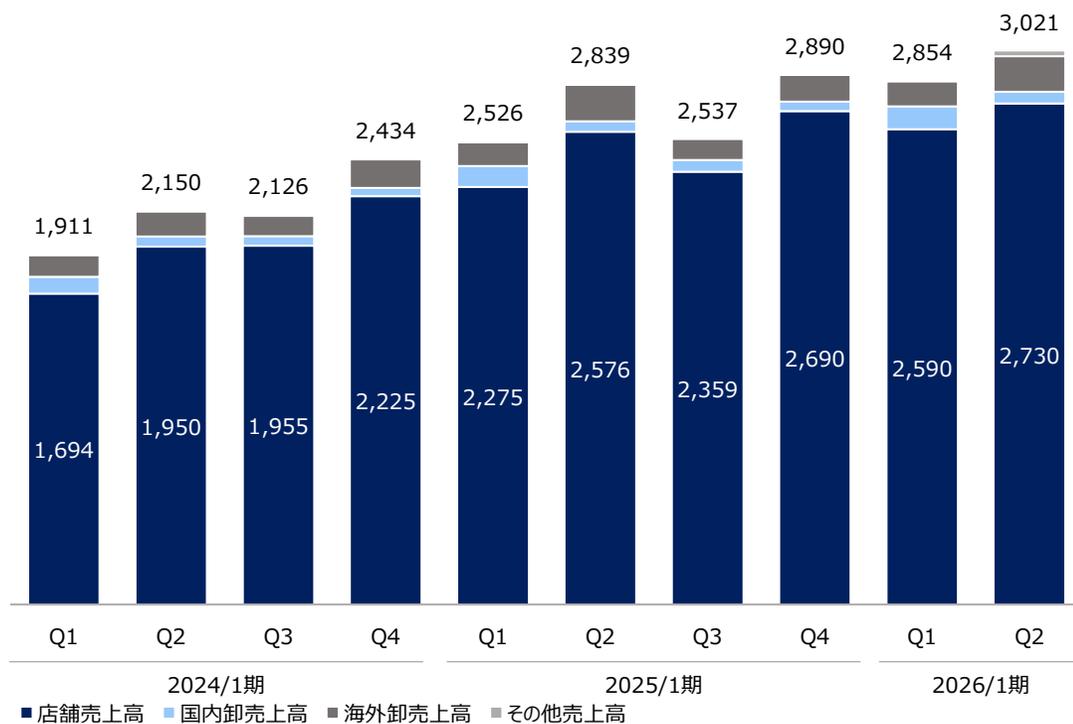


注:
1. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。各期2/1~1/31の集計結果

- 店舗売上が着実な成長を続けており、第2四半期のセグメント売上は前年同期比6.4%増の30億円、セグメント利益は2.9%増の約11億円
- 第2四半期累計期間において4店舗の新規出店及び2店舗の退店を実施

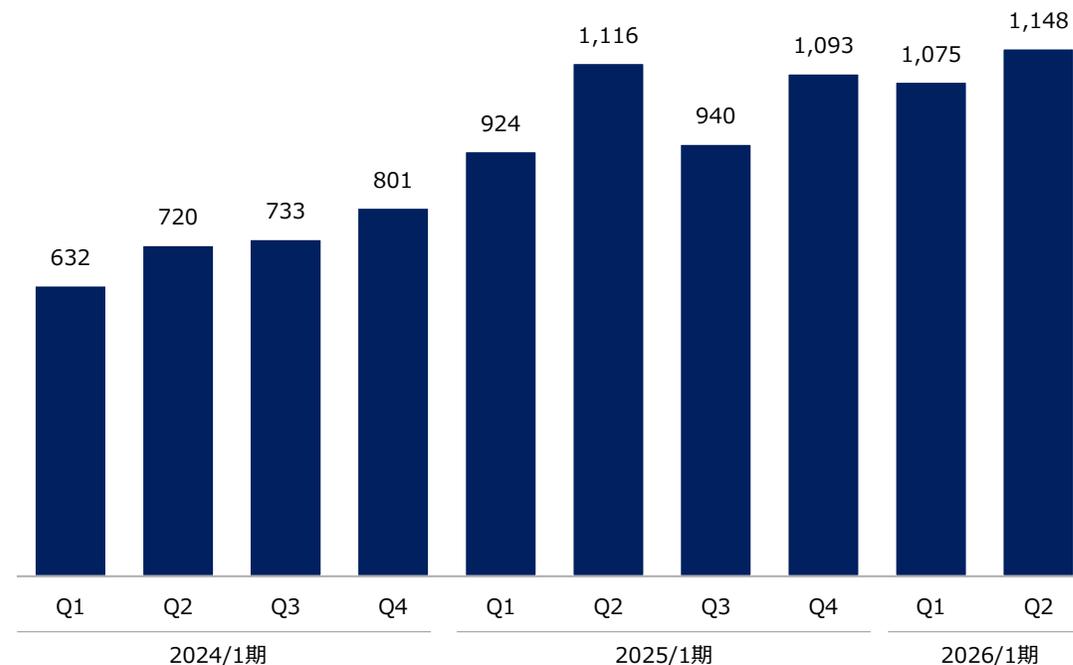
販売経路別セグメント売上

百万円



セグメント利益

百万円

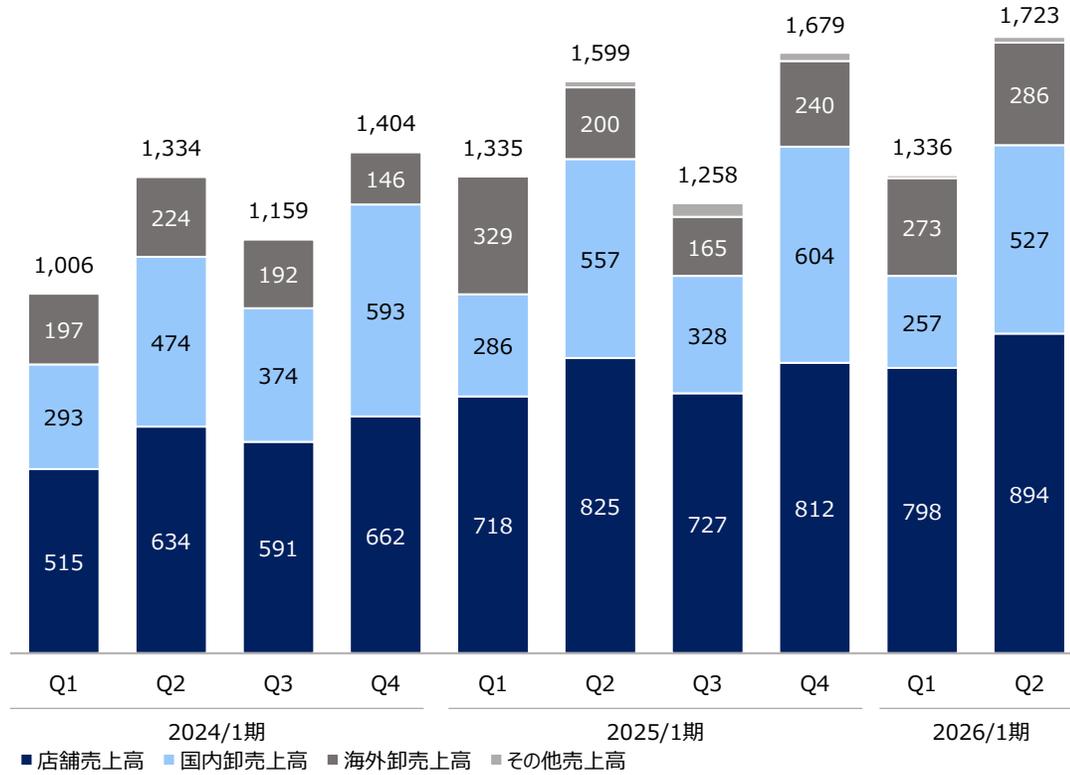


フォーナインズ

- 卸売上の変動により第2四半期のセグメント売上は前年同期7.8%増の約17億円、セグメント利益は前年同期比8.0%増の約6億円
- 2025年2月、フレーム販売価格の見直しを実施
- 第1四半期において2店舗の新規出店を実施

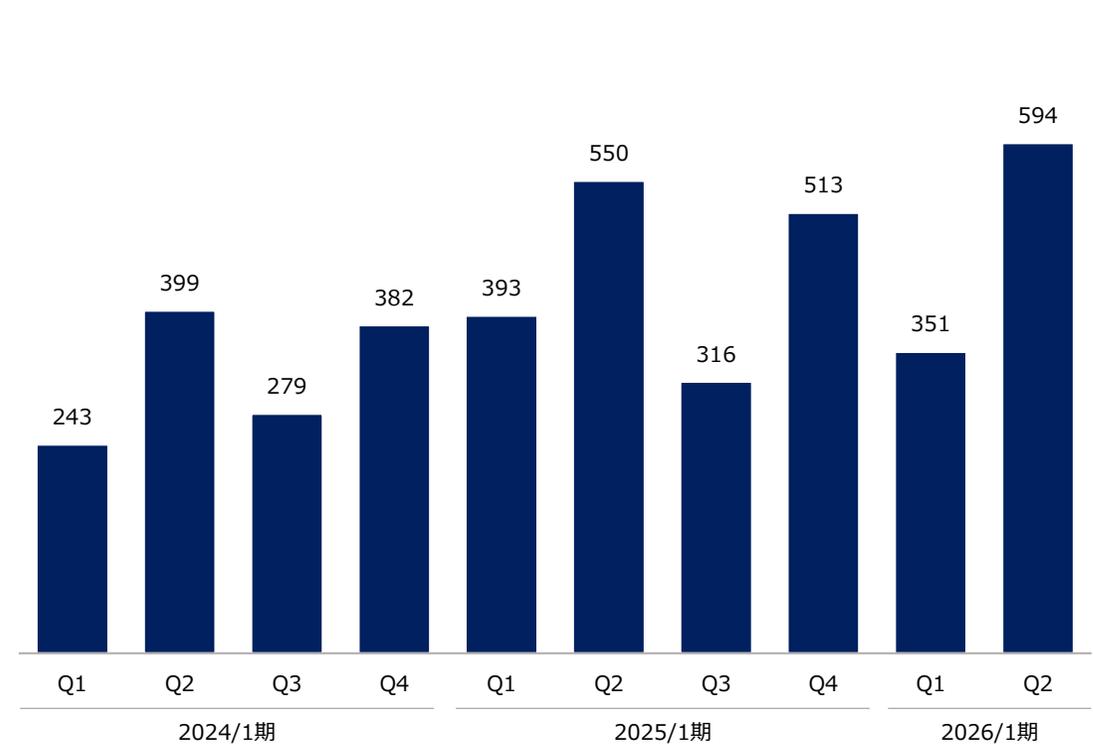
販売経路別セグメント売上

百万円



セグメント利益

百万円

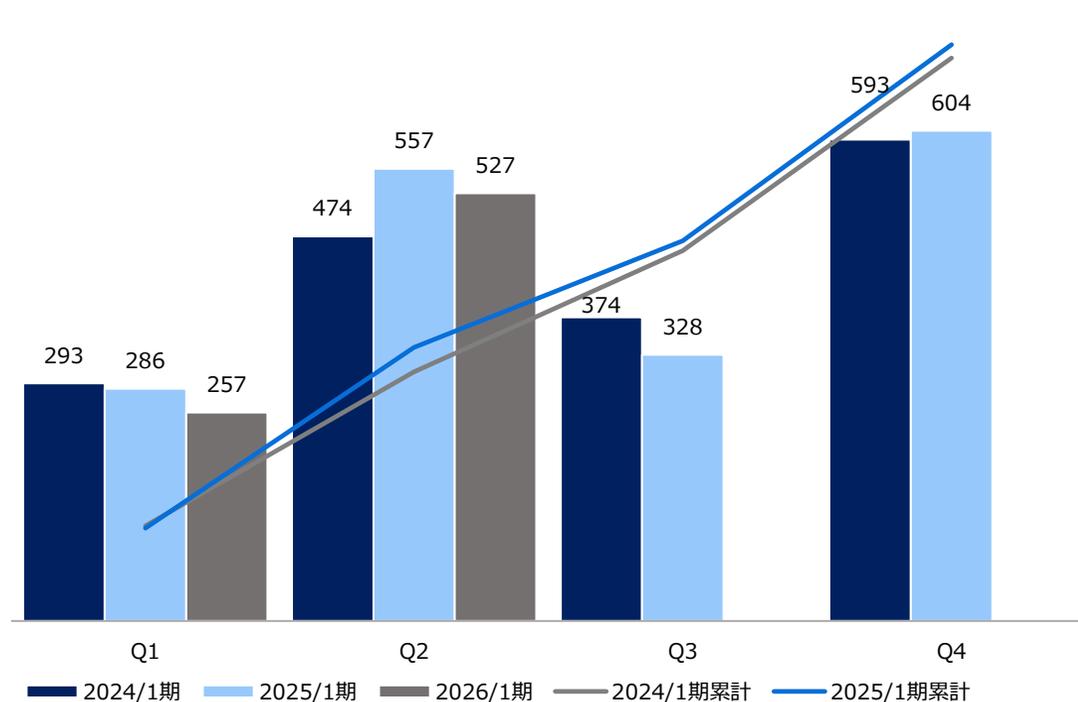


フォーナインズ

- 国内卸売上第2四半期実績は第1四半期に引き続き前年同期比減収となった
- フォーナインズ国内卸事業は、「国内眼鏡小売店向け売上」と「特定ブランドや特定小売店とのタイアップ（OEM）」に大別される。第2四半期累計期間の減収は、主としてOEM売上の減少が主因（小売店向け卸売上は+3百万円、OEM売上は▲70百万円）
- 海外卸売上第2四半期実績は約43%増収となり、第1四半期の減収分を取り戻す結果となった

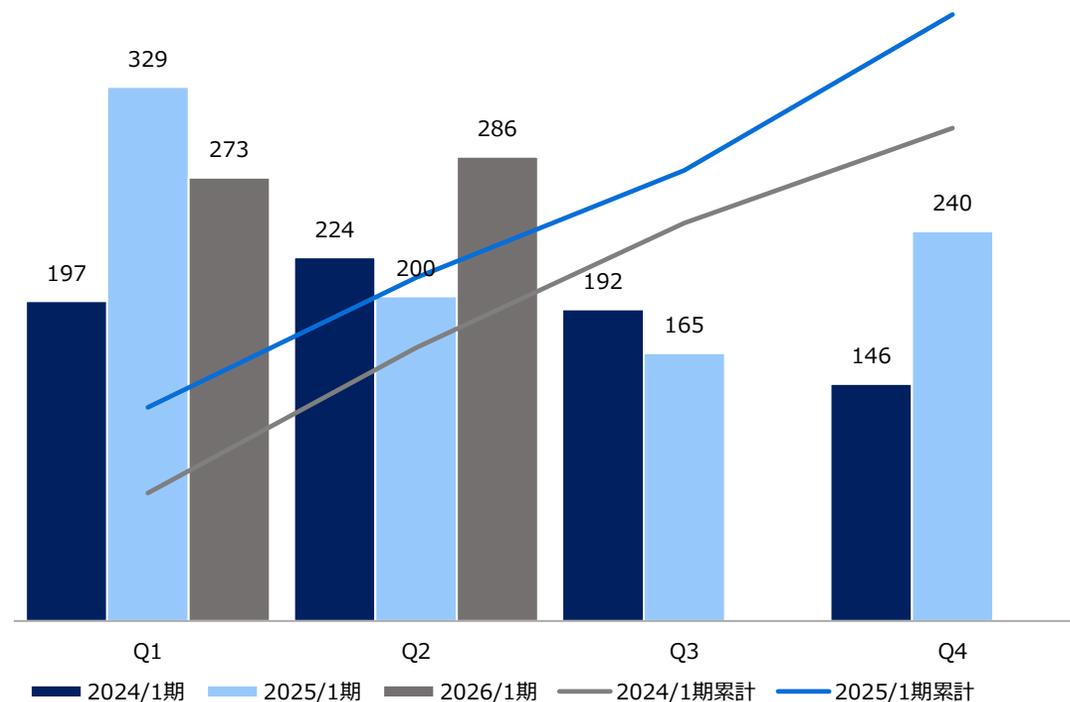
四半期別国内卸売上

百万円



四半期別海外卸売上

百万円



02

2026年1月期第2四半期までの取り組み

着実な売上成長・利益成長を実現するとともに、高ROEを維持する

売上収益
(2030/1期)

280億円

(年平均成長率 10%~)
(2025/1期比 +69%)

営業利益
(2030/1期)

100億円

(年平均成長率 13%~)
(2025/1期比 +89%)

営業利益率
(2030/1期)

36.0%以上

(2025/1期 32.0%)

ROE
(2030/1期)

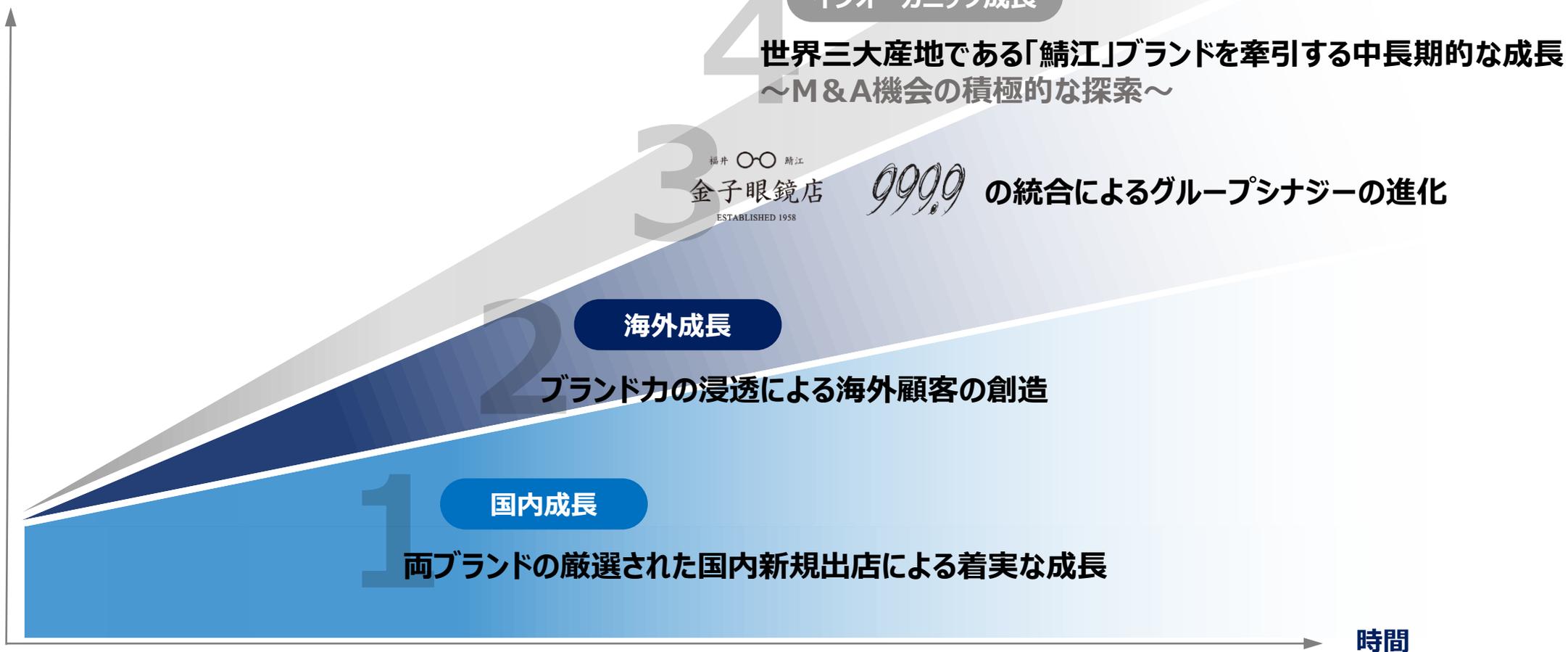
25.0%以上

(2025/1期 24.3%)

上記にはM&Aなどによるインオーガニック成長は含んでおらず、
M&A機会を積極的に探索することで、さらなる売上・利益の成長を目指す

成長のロードマップ

売上・利益



1 両ブランドの厳選された国内新規出店による着実な成長

- 両ブランド合計で4店舗の新規出店と2店舗の退店を実施

2 ブランドカの浸透による海外顧客の創造

- 引き続きインバウンド売上を確実に獲得
- 香港2号店と北京1号店をオープン
- 海外卸売上は前年同期比4%成長

3 福井 鯖江 金子眼鏡店 *9999* の統合によるグループシナジーの進化 ESTABLISHED 1958

- 2024年に子会社化したタイホウの製造機能を活用し、フォーナインズ製品の内製強化を開始
- より高いシナジーを追求するために、社内組織を改編

4 世界三大産地である「鯖江」ブランドを牽引する中長期的な成長 ～M&A機会の積極的な探索～

- 福井県鯖江市のメッキ加工業者であるハンズを子会社化

2025年3月 OPEN : 金子眼鏡店 ミナモア広島店



2025年4月 OPEN : KANEKO OPTICAL ららぽーと安城店



フォーナインズ新規出店

2025年3月 OPEN : フォーナインズ グラングリーン 大阪店



2025年4月 OPEN : フォーナインズ ワンフクオカビルディング店



中国・香港への出店を通じたブランド認知度の拡大

- 中国本土、香港においてブランド力を醸成する立地での継続的な出店に成功。本邦のみならず海外でのカスタマーロイヤリティの形成を企図
- アジアにおける着実なブランドイメージ醸成により、オープン以降順調に推移

中国4号店：金子眼鏡店 北京三里屯太古里店



2025年6月、北京初出店となる中国4号店をオープン

三里屯太古里は、北京のトレンドの中心地として知られる洗練された商業施設で、ファッション、アート、カルチャーが交差するクリエイティブな空間として、世界中からの人々を惹きつけています

香港2号店：金子眼鏡店 K11 Musea



2025年5月に香港2号店をオープン

出店場所であるK11 Musea は、香港・尖沙咀のウォーターフロントに佇む革新的なショッピングモールであり、単なる商業施設にとどまらず、アート・デザイン・カルチャーが融合するクリエイティブな空間として知られている

出退店サマリー

- 2026年1月期第2四半期末の総店舗数は109
- 第2四半期累計期間において計6店舗の新規出店（金子眼鏡4店舗・フォーナインズ2店舗）、2店舗の退店を実施

	前期末店舗数	6か月間実績			通期予想		
		出店	退店/移転	2026/1Q2 期末店舗数	出店	退店/移転	2026/1 期末店舗数
金子眼鏡（株）	83	2	2	83	2	1	84
KANEKO FRANCE SARL	2			2			2
金子眼鏡（上海）有限公司	3	1		4	2		5
JEH Hong Kong	1	1		2	1		2
.....							
（株）フォーナインズ	15	2		17	3		18
FOUR NINES SINGAPORE PTE.LTD.	1			1			1
計	105	6	2	109	8	1	112

出退店詳細

	月	出退店	店名	商業施設・住所	
金子眼鏡（株）	3月	新規出店	金子眼鏡店 ミナモア広島店	ミナモア広島	広島県広島市
	3月	退店	KANEKO OPTICALアクアシティお台場店	アクアシティお台場	東京都港区
	4月	新規出店	KANEKO OPTICALららぽーと安城店	ららぽーと安城	愛知県安城市
	7月	退店	金子眼鏡店 東急プラザ渋谷店	東急プラザ渋谷	東京都渋谷区
（株）フォーナインズ	3月	新規出店	フォーナインズ グラングリーン 大阪店	グラングリーン大阪	大阪府大阪市
	4月	新規出店	フォーナインズ ワンフクオカビルディング店	ワンフクオカビルディング	福岡県福岡市
金子眼鏡（上海）有限公司	6月	新規出店	金子眼鏡店 北京三里屯太古里店	三里屯太古里	中国北京市
JEH Hong Kong	5月	新規出店	金子眼鏡店 K11 Musea	K11 Musea	香港特別行政区

有限会社ハンズ（現・株式会社ハンズ）の子会社化について

- ハンズ社は、福井県鯖江市に本社を置き、主として眼鏡フレームの表面処理事業を展開しております。当社グループが推進する眼鏡フレームの一貫生産体制において、表面処理は内製化できていない工程であり、また、同社の持つスキルと経験は、眼鏡業界において更なる飛躍を目指す当社グループにとって、製造力の強化となることが期待されます
今回の子会社化により当社グループが提供するサービスの拡大及び質の向上を図り、更なる企業価値の向上に努めてまいります
今後におきましても、非連続成長のための有力な手段として、M&A機会を探索してまいります

(1) 名称 有限会社ハンズ（2025年7月付で株式会社ハンズに変更）

(2) 所在地 福井県鯖江市

(3) 代表者 取締役 橋本 幸信

(4) 事業内容 眼鏡枠表面処理

(5) 資本金 3,000千円

(6) 設立年 月 2001年2月

(7) 当社との関係 当社子会社である金子眼鏡株式会社と営業取引がございます。

キャピタル・アロケーション

- 潤沢に産み出されるキャッシュを原資として、株主還元と借入金返済、成長投資を適切なバランスで実施

潤沢に創出される営業キャッシュ・フロー

- ◆ 積極的な株主還元
- ◆ 借入金返済
- ◆ 国内・海外における店舗投資の実施
- ◆ 製造力強化への投資

配当政策

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを基本方針としており、年間配当性向**40%**を目安として配当を実施する方針です。

2026年1月期年間配当は1株当たり**84円**を計画しております。

中間配当については、当初計画通り**42円**とさせていただきます。

Appendix

Our Philosophy

私たちは、アイウェアを通して、
世界中の人々に「夢」「感動」「幸福」を提供し続けます。

私たちは、アイウェアを通して、
世界中の人々の文化的生活の向上に寄与することを目指します。

私たちは、アイウェアを通してもたらされる繁栄を、
関係する全ての人々と共有し、ともに成長し、社会に貢献していきます。



長期ビジョン

クラフツマンシップ®の伝統と革新を世界へ

社名	Japan Eyewear Holdings株式会社		
所在地	(福井本社) 福井県鯖江市上河端8-13 (東京本社) 東京都世田谷区成城2-11-12		
創業	1958年 (金子眼鏡創業)		
設立	2019年 (旧Lunettes HD株式会社設立)		
資本金	947百万円 (2025年7月31日現在)		
代表者	代表取締役 金子 真也		
株主構成	金子インベスト株式会社	37.67%	
	日本企業成長投資1号投資事業有限責任組合	14.32%	
	Camellia Fund I Cayman,LP	7.74%	
	Cerasus Fund I Cayman,LP	6.01%	
	Wisteria Fund I Cayman,LP	3.97%	(2025年7月31日現在)
連結子会社数	国内5社、海外6社		

日本発のラグジュアリー・アイウェア・カンパニー

- 世界を代表する眼鏡生産地「福井・鯖江」の熟練したクラフツマンシップにより、自社で企画・デザインする高品質のアイウェアを製造・販売⁽¹⁾

<p>鯖江 〇〇 手造</p> <h2>金子眼鏡</h2> <p>ESTABLISHED 1958</p>	<h1>9999</h1> <p>フォーナインズ</p>
<p>眼鏡生産地「福井・鯖江」を代表する 国内アイウェア業界のトレンドリーダー</p>	<p>機能を磨き上げることで、最高純度の品質 美しいフォルムを表現する高級眼鏡ブランド</p>
<p>創業 1958年</p> <p>売上収益 108億円 (2025年1月期、前年比+25.2%) ～約90%が店舗売上</p> <p>店舗形態 直営店：国内83店舗、フランス2店舗、中国4店舗、 香港2店舗 (2025年7月末時点)</p> <p>一式単価⁽²⁾ 約80,000円</p> <p>国内法人 金子眼鏡株式会社、栄光眼鏡株式会社 株式会社ハンズ</p> <p>海外法人 KANEKO FRANCE SARL、金子眼鏡（上海）有限公司 Japan Eyewear Holdings Hong Kong Co., Ltd. Japan Eyewear Holdings Taiwan Co., Ltd.</p>	<p>創業 1995年</p> <p>売上収益 59億円 (2025年1月期、前年比+19.7%) ～店舗売上と卸売が約50%ずつ</p> <p>店舗形態 直営店：国内17店舗、シンガポール1店舗 (2025年7月末時点)</p> <p>一式単価⁽²⁾ 約86,000円</p> <p>国内法人 株式会社フォーナインズ 株式会社タイホウ</p> <p>海外法人 FOUR NINES SINGAPORE PTE. LTD.</p>
<p>Japan Eyewear Holdings</p>	
<p>共通 国内法人：Japan Eyewear Holdings株式会社 共通 海外法人：Japan Eyewear Holdings International Co., Ltd.</p>	

注:

1. 取扱店での販売もあり

2. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。2026/1期Q2実績

ブランドコンセプト

眼鏡の世界三大産地である「鯖江」で培われた職人達の卓越した技とものづくりの魂に加え、デザイン性・機能性・ファッション性を実現する最新技術を融合し、高いクオリティを実現



金子眼鏡



SPIVVY



職人シリーズ



ISSEY MIYAKE EYES



999.9



999.9 feelsun



FN/FOUR NINES



PLAIDe



- ブランド哲学の違いにより、両ブランドがそれぞれ独自のポジションを確立

鯖江 〇〇 手造

金子眼鏡

ESTABLISHED 1958

Japan Eyewear Holdings

999.9

フォーナインズ

眼鏡は文化
作り手の物語とクラフツマンシップを重視
職人・物語・美意識を軸に感性に訴える

眼鏡は道具
機能性・掛け心地の追求が最優先
快適さと構造美を極める理性重視のブランド

デザイン・アプローチ

ヴィンテージやクラシック要素の現代的解釈

プロダクト・ポリシー

職人による手仕事・時間をかけた製造

訴求ポイント

モノと作り手の「背景」に価値がある

ロゴ・アイコン

控えめ。形や質感でブランドを語る

顧客像

世界観と物語を愛する感性派
老若男女偏りなく幅広い層が支持



デザイン・アプローチ

設計が美しさになる「機能美」

プロダクト・ポリシー

自社開発の機構・構造設計に特化した快適設計

訴求ポイント

製品そのものの「性能」に価値がある

ロゴ・アイコン

控えめ。フレーム形状などで識別性を担保

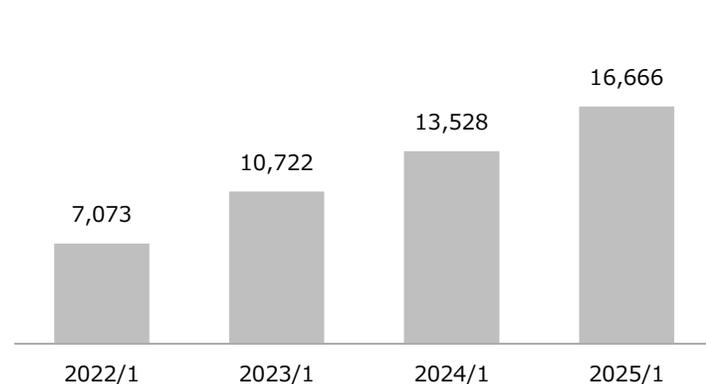
顧客像

道具としての完成度を求める理性派
40代～50代の男性がメイン顧客層

Key Financials

売上収益

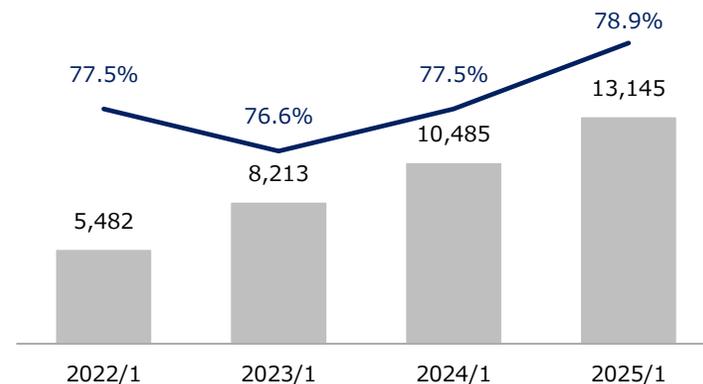
百万円



粗利益

百万円

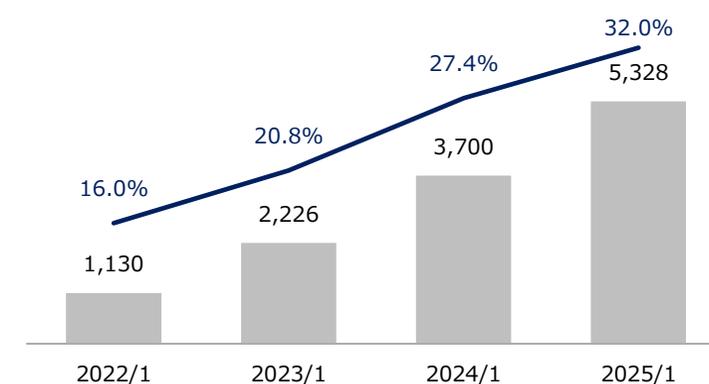
対売上収益マージン (%)



営業利益

百万円

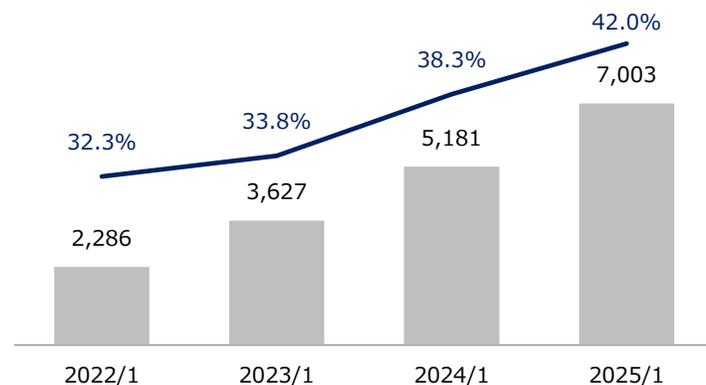
対売上収益マージン (%)



EBITDA (2)

百万円

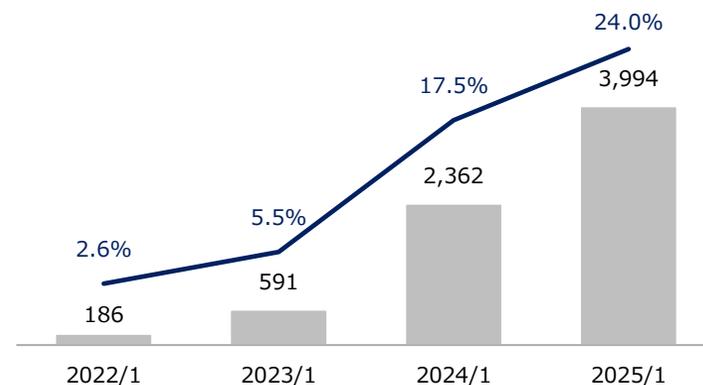
対売上収益マージン (%)



当期利益

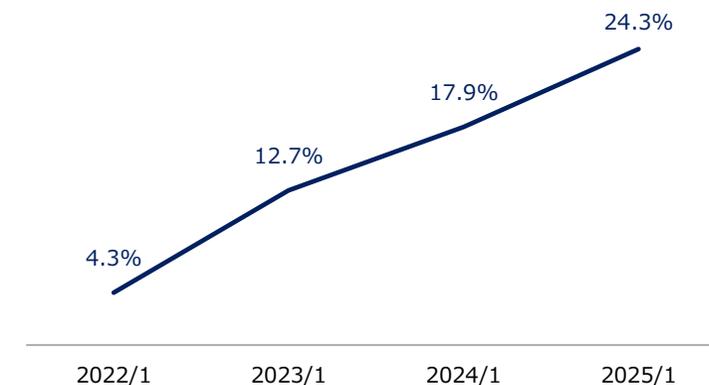
百万円

対売上収益マージン (%)



ROE (3)

%



注:

1. IFRSベース
2. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費
3. 当期利益/(資本金+資本剰余金+利益剰余金) (期末時点)

連結PL四半期推移

連結PLサマリー（百万円）

2024/1期

	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
売上	2,918	3,485	3,286	3,839	13,528
売上総利益	2,274	2,682	2,540	2,987	10,485
営業利益	759	1,035	885	1,019	3,700
税引前利益	654	927	783	929	3,295
当期利益	294	737	514	816	2,362

2025/1期

	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
売上	3,861	4,439	3,795	4,570	16,666
売上総利益	3,017	3,516	3,011	3,600	13,145
営業利益	1,195	1,559	1,169	1,404	5,328
税引前利益	1,102	1,380	1,096	1,332	4,912
当期利益	736	940	746	1,570	3,994

2026/1期

	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
売上	4,191	4,745			19,050
売上総利益	3,334	3,728			15,050
営業利益	1,307	1,578			6,200
税引前利益	1,228	1,499			5,900
当期利益	782	960			4,000

連結PLサマリー年間構成比

	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
売上	21.6%	25.8%	24.3%	28.4%	100.0%
売上総利益	21.7%	25.6%	24.2%	28.5%	100.0%
営業利益	20.5%	28.0%	23.9%	27.6%	100.0%
税引前利益	19.9%	28.2%	23.8%	28.2%	100.0%
当期利益	12.5%	31.2%	21.8%	34.6%	100.0%

	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
売上	23.2%	26.6%	22.8%	27.4%	100.0%
売上総利益	23.0%	26.8%	22.9%	27.4%	100.0%
営業利益	22.4%	29.3%	21.9%	26.4%	100.0%
税引前利益	22.4%	28.1%	22.3%	27.1%	100.0%
当期利益	18.4%	23.5%	18.7%	39.3%	100.0%

	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
売上	22.0%	24.9%			
売上総利益	22.2%	24.8%			
営業利益	21.1%	25.5%			
税引前利益	20.8%	25.4%			
当期利益	19.6%	24.0%			

Q2累計

売上	47.3%
売上総利益	47.3%
営業利益	48.5%
税引前利益	48.0%
当期利益	43.7%

Q2累計

売上	49.8%
売上総利益	49.7%
営業利益	51.7%
税引前利益	50.5%
当期利益	42.0%

Q2累計

売上	46.9%
売上総利益	46.9%
営業利益	46.6%
税引前利益	46.2%
当期利益	43.6%

本資料は、当社グループについての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済情勢、市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。