

【表紙】

【提出書類】 有価証券報告書の訂正報告書

【根拠条文】 金融商品取引法第24条の2第1項

【提出先】 近畿財務局長

【提出日】 平成29年7月20日

【事業年度】 第20期(自 平成28年4月1日 至 平成29年3月31日)

【会社名】 夢展望株式会社

【英訳名】 DREAM VISION CO.,LTD.

【代表者の役職氏名】 代表取締役社長 濱中 眞紀夫

【本店の所在の場所】 大阪府池田市石橋三丁目2番1号

【電話番号】 072-761-9293 (代表)

【事務連絡者氏名】 専務取締役 管理本部長 田中 啓晴

【最寄りの連絡場所】 大阪府池田市石橋三丁目2番1号

【電話番号】 072-761-9293 (代表)

【事務連絡者氏名】 専務取締役 管理本部長 田中 啓晴

【縦覧に供する場所】 株式会社東京証券取引所
(東京都中央区日本橋兜町2番1号)

1 【有価証券報告書の訂正報告書の提出理由】

平成29年6月30日に提出いたしました第20期（自平成28年4月1日至平成29年3月31日）有価証券報告書の記載事項の一部に誤りがありましたので、これを訂正するため有価証券報告書の訂正報告書を提出するものであります。

2 【訂正事項】

第一部 企業情報

第2 事業の状況

3 経営方針、経営環境及び対処すべき課題等

3 【訂正箇所】

訂正箇所は___を付して表示しております。

第一部 【企業情報】

第2 【事業の状況】

3 【経営方針、経営環境及び対処すべき課題等】

（訂正前）

当社グループでは顧客の嗜好をとらえ、他社との競合において比較優位に立ち、持続的に成長するため、以下の内容を対処すべき課題としてとらえ、その対応に取り組んでまいります。

(1) 商品力の強化

当社グループのメイン事業である衣料品販売事業では、商品のほとんどをインターネット通信販売、特にスマートフォンを通じた通信販売により、顧客に提供しているという特徴はございますが、このメイン事業を持続的に成長させていくためには、事業の基本となる、顧客への提供商品をより良くすること、すなわち、“商品力”を強化することが、何よりも重要な課題であると認識しております。この“商品力”とは、単に「カワイイ、カッコイイ」といったデザイン面だけではなく、トレンドや季節・時期との適合性、品揃えの適量性、そして価格優位性といった要素を兼ね備えた商品を、多くの顧客に対して早く提供できる力であると考えております。したがって、商品の企画・デザイン力の強化とともに、市場調査や情報収集にもさらに力を入れて、顧客の求めるものを継続的に追求し、また、アパレル商品の直接貿易による仕入をさらに強化して値入率の向上を図るなどして、“商品力”を強化していく方針であります。

(2) MD（マーチャンダイジング）の強化

上記の商品力を強化するためには、商品企画を行うデザイナー部門の能力強化も重要なことではあります。顧客の求める商品を、いつ、どこで、いくらで、どれくらいの数量で、仕入れ・販売するのかを判断するMD（マーチャンダイジング）部門の能力強化も非常に重要であり、衣料品販売事業については当社グループの持続的・安定的な成長のための重要な課題であると認識しております。このMD部門の強化により、プロパー商品の消化率が向上し利益率の向上にもつながるものと考えます。

したがって、当社グループにおきましては、MD部門の人員の確保・育成に努め、MDの精度向上を進めるとともに、MD部門と社内外の組織・機関との連携を強め、情報収集の強化と情報交換の徹底にも努めてまいります。

(3) 販売力の強化

商品力、MDの強化とともに、販売力の強化も当社グループの衣料品販売事業において重要な要素であると考えております。インターネットの通信販売サイトを主な販路とする当社においては、いかに多くのお客様を販売サイトに呼び込み、サイト上でいかに商品の良さを伝えられるかということが非常に重要であると考えております。効果的なWEB広告やメールマガジンの配信などにより、多くのお客様に販売サイトにアクセスしていただき、アクセスしていただいたお客様に対しては、豊富な商品画像、わかりやすい商品説明、多様な

コーディネート提案などにより商品の良さを存分にアピールし、一人でも多くのお客様に商品を購入していただくよう努めてまいります方針であります。

(4) 品質管理体制の強化

当社グループの販売する商品は、一般消費者向けの商品であるため、品質管理の徹底に努めることが、顧客満足度の向上・リピート率の向上に直結し、当社グループの持続的な発展のために重要な課題であると認識しております。当社グループといたしましては、より良い品質管理手法の構築や担当部門の能力向上策を検討していく方針であります。

(5) 優秀な人材の確保、育成

継続的な成長の原資である人材は、当社グループにとって最も重要な経営資源と認識しております。当社グループの商品開発力やその他業務の遂行能力を維持し、継続的に発展、強化していくために、優秀な社員を継続的に雇用し、その成長機会を提供し、事業規模を拡大させる人材を確保、育成する必要があります。

また人的基盤を強化するために、教育・育成、研修制度（管理職向け、中堅社員向け、新入社員向け）及び人事評価制度の充実等の各種施策を進める方針であります。

(6) コンプライアンス体制の強化

近年、企業活動においては高い倫理観が求められており、コンプライアンス上の問題は経営基盤に重大な影響を及ぼすものであると考えております。お客様や社会からの信頼性向上のため、今後もコンプライアンス体制の強化を図っていく方針であります。

(訂正後)

文中の将来に関する事項は、当連結会計年度末現在において当社グループが当社グループが判断したものであります。

(1) 会社の経営の基本方針

当社グループは、10代後半から30代の女性を主なお客様とする衣料品・靴及び雑貨等ファッション関連商品の販売をメインの事業として、主にSPA (Speciality Store Retailer of Private Label Apparel) の方法により展開しております。

当事業の特徴としましては、商品の販売を主にインターネット通信販売で展開している点にあり、以下のとおり、流行にマッチした商品をお客様にいち早く提供することができ、お客様はスマートフォン等のモバイル端末から手軽に購入できるという特徴があります。

まず、当社グループは、自社でスタジオを保有し、商品撮影、画像加工、WEBページのアップまでを一貫して行っております。これにより、商品企画からお客様にWEBページをご覧いただくまでの期間を短縮し、お客様に対して、より鮮度の高い商品情報で訴求することが可能となっております。

また、商品企画を行うバイヤー・デザイナーの約8割がお客様と同世代の女性社員であるため、マーケットを捉えた商品を適時に提供する体制が整っております。トレンドにマッチした新ブランドを立ち上げ、インターネット通信販売の強みも活かし、スピーディーにブランド展開していくこともできる体制であります。

そして、当社グループでは近年のスマートフォンの急速な普及に着目し、スマートフォン利用者に対して、サイトの使いやすさや見やすさを追求するなどサービスを拡充してまいり、現在では、当社グループの自社販売サイトにおけるスマートフォンからの購入率は売上高の9割以上を占めており（平成29年3月末現在）、その割合は、年々増加し続けております。そのサービスの一つとして、商品検索やセール情報を入手でき、アプリ内で商品購入できる「夢展望」（無料）アプリも提供しております。

このように、当社グループは、お客様にお買い物を楽しんでいただくことをモットーに、お客様の求める流行にマッチした商品を、日々進化するスマートフォン等のモバイル端末を活用したインターネット通信販売を通じて提供し、時代の変化を機会としながら、より一層の顧客サービスの充実、さらなる事業の発展に努めてまいります。

(2) 目標とする経営指標

当社グループでは、「売上高総利益率」、「売上高経常利益率」等の各種利益率及び「営業キャッシュフロー」を重視しております。

(3) 中長期的な会社の経営戦略

当社グループは、平成26年9月期から続く業績不振を省みて、今後の中長期的な戦略として、まずは業績の確実な回復を目標として掲げ、その目標に向けた戦略を展開してまいります。まずは、利益体質構築のため、販売費及び一般管理費の見直しを行い、コスト構造の再検証・再構築を進めており、さらなるコスト削減に努めてまいります。さらに、余剰在庫を過剰に発生させないため、また、生産コスト削減のため、ブランド、商品の型数、素材を集約するなど、仕入計画の見直し・改善も進めてまいります。また、直接貿易を拡大させることにより中間経費を抑え、値入率の向上も進めてまいります。

また、営業戦略としましては、自社商品のブランド価値の向上、自社販売サイトにおける新規のお客様の継続的な増加、お客様一人当たり購入単価の増加等を目指しております。販売サイトにおいては、サイトを訪問していただいたお客様にファッション雑誌を読むような感覚を味わっていただける魅力的なECサイトを目指すことにより、訪問していただけるお客様の数を増やし、また、商品のバリエーションの豊富さを生かして、コーディネートコーナーや特集ページを充実させておまとめ買いをしていただきやすくするなど、日々、向上・改善を進めてまいります。そして、効果的な広告戦略を展開していくことにより、知名度の向上とブランド価値の向上を目指してまいります。

(4) 会社の対処すべき課題

当社グループでは顧客の嗜好をとらえ、他社との競合において比較優位に立ち、持続的に成長するため、以下の内容を対処すべき課題としてとらえ、その対応に取り組んでまいります。

(1) 商品力の強化

当社グループのメイン事業である衣料品販売事業では、商品のほとんどをインターネット通信販売、特にスマートフォンを通じた通信販売により、顧客に提供しているという特徴はございますが、このメイン事業を持続的に成長させていくためには、事業の基本となる、顧客への提供商品をより良くすること、すなわち、“商品力”を強化することが、何よりも重要な課題であると認識しております。この“商品力”とは、単に「カワイイ、カッコイイ」といったデザイン面だけではなく、トレンドや季節・時期との適合性、品揃えの適量性、そして価格優位性といった要素を兼ね備えた商品を、多くの顧客に対して早く提供できる力であると考えております。したがって、商品の企画・デザイン力の強化とともに、市場調査や情報収集にもさらに力を入れて、顧客の求めるものを継続的に追求し、また、アパレル商品の直接貿易による仕入をさらに強化して値入率の向上を図るなどして、“商品力”を強化していく方針であります。

(2) MD（マーチャンダイジング）の強化

上記の商品力を強化するためには、商品企画を行うデザイナー部門の能力強化も重要なことではあります。顧客の求める商品を、いつ、どこで、いくらで、どれくらいの数量で、仕入れ・販売するのかを判断するMD（マーチャンダイジング）部門の能力強化も非常に重要であり、衣料品販売事業ひいては当社グループの持続的・安定的な成長のための重要な課題であると認識しております。このMD部門の強化により、プロパー商品の消化率が向上し利益率の向上にもつながるものと考えます。

したがって、当社グループにおきましては、MD部門の人員の確保・育成に努め、MDの精度向上を進めるとともに、MD部門と社内外の組織・機関との連携を強め、情報収集の強化と情報交換の徹底にも努めてまいります。

(3) 販売力の強化

商品力、MDの強化とともに、販売力の強化も当社グループの衣料品販売事業において重要な要素であると考えております。インターネットの通信販売サイトを主な販路とする当社においては、いかに多くのお客様を販売サイトに呼び込み、サイト上でいかに商品の良さを伝えられるかということが非常に重要であると考えております。効果的なWEB広告やメールマガジンの配信などにより、多くのお客様に販売サイトにアクセスしていただき、アクセスしていただいたお客様に対しては、豊富な商品画像、わかりやすい商品説明、多様なコーディネート提案などにより商品の良さを存分にアピールし、一人でも多くのお客様に商品を購入していただくよう努めてまいります。

(4) 品質管理体制の強化

当社グループの販売する商品は、一般消費者向けの商品であるため、品質管理の徹底に努めることが、顧客満足度の向上・リピート率の向上に直結し、当社グループの持続的な発展のために重要な課題であると認識し

ております。当社グループといたしましては、より良い品質管理手法の構築や担当部門の能力向上策を検討していく方針であります。

(5) 優秀な人材の確保、育成

継続的な成長の原資である人材は、当社グループにとって最も重要な経営資源と認識しております。当社グループの商品開発力やその他業務の遂行能力を維持し、継続的に発展、強化していくために、優秀な社員を継続的に雇用し、その成長機会を提供し、事業規模を拡大させる人材を確保、育成する必要があります。

また人的基盤を強化するために、教育・育成、研修制度（管理職向け、中堅社員向け、新入社員向け）及び人事評価制度の充実等の各種施策を進める方針であります。

(6) コンプライアンス体制の強化

近年、企業活動においては高い倫理観が求められており、コンプライアンス上の問題は経営基盤に重大な影響を及ぼすものであると考えております。お客様や社会からの信頼性向上のため、今後もコンプライアンス体制の強化を図っていく方針であります。