
人気NO.1の“神的ファッション通販サイト”

夢 展 望

リアル店舗を持たずに自社ブランドをスマホを中心としたネット通販で販売

2013年7月10日
代表取締役社長 岡 隆宏

社 名	夢展望株式会社(証券コード3185)
設 立	1998年5月
資本金	520,425千円(2013年7月10日現在)
従業員数	単体118名、連結315名(2013年4月末現在)
代表者名	代表取締役社長 岡 隆宏
プロフィール	1961年12月3日生。大阪府池田市出身。関西学院大学卒業。 座右の銘：七転び八起き 信条：ピンチをチャンスに変える！
本 社	大阪府池田市石橋三丁目2番1号
売上高	6,200百万円(連結2012年9月期)
事業内容	衣料品、雑貨のインターネット販売 玩具メーカーへの玩具雑貨の卸売販売 テレビ通販業者への卸売販売

I. 企業ハイライト

II. 企業理念とビジョン

III. 企業概要と沿革

IV. 市場環境の見通し

V. 当社事業の強みと差別化

VI. 業績の歩み

VII. 今後の成長戦略

I .企業ハイライト

～上場アパレル企業では初のSPA型ネット専業企業～

成長性の高いスマホ通販市場を核に自社ブランドを増やし成長します。

- ①お客様からの受注は**スマホ経由**が急伸長しています。
- ②**低価格**で**夢展望**でしか買えない自社開発ブランドを**SPA**(製造小売)で提供します。
- ③**リアル店舗を持たず**通販チャネルだけで販売することで**運営コストを削減**します



スマホ経由
売上
73%



ファッションのネット通販市場規模

2010年4,652億円から
2015年9,500億円と予測

出典: 矢野経済研究所



ガラ携
16%

PC 11%

事業の特徴 ～今までなかったビジネスモデルをスマートフォンで実現します～

夢展望

■事業内容

20代のマインドを持った女性をメインターゲットとする衣料品ネット通信販売業

■取扱商品

ほとんどが自社開発のオリジナルブランド品

主要5ブランドで構成、毎月300型以上、年間4,000型前後を発売

■販売チャネル

経由売上シェア スマホ：73% ガラ携：16% PC：11%

※競合他社のスマホ経由売上は35～45%

■年齢分布

購入者の最頻値年齢：22歳、購入者の平均年齢：25.7歳

■地域分布

ほぼ都道府県別の人口に比例した購入者の分布

■会員数

138万人、うち自社サイトは90万人(2013年5月末現在)

■平均単価

商品単価 約2,000円、客単価 約5,000円

■生産国 中国 一部バングラデシュ



当社は上場企業の中では、唯一の自社ブランドを中心とした製販一体のSPA型スマホ通販モデルです。

在庫リスクはありますが、価格決定権があるため高粗利益率となっています。短納期、低単価のファストファッションが当社の特徴です。

精度の高い商品戦略と生産性の高いビジネスモデルを7年の歳月をかけて構築しました。

仮想商店街型

- 他社ブランドに売場を提供
- 年齢層は幅広い年代
- 会員数が重要指標
- 在庫リスクは無し
- 手数料と広告費が収入なので粗利益率は高い

仕入販売型

- 他社ブランドから仕入販売
- 年齢層は幅広い年代
- 会員数が重要指標
- 消化仕入で在庫リスク無し
- 粗利率は低め 30%前後

SPA型 カタログ通販

- 自社ブランドを製造販売
- 年齢層が40～60代
- カタログ配布数が重要指標
- 在庫リスク有り
- 粗利率は高め 50%以上

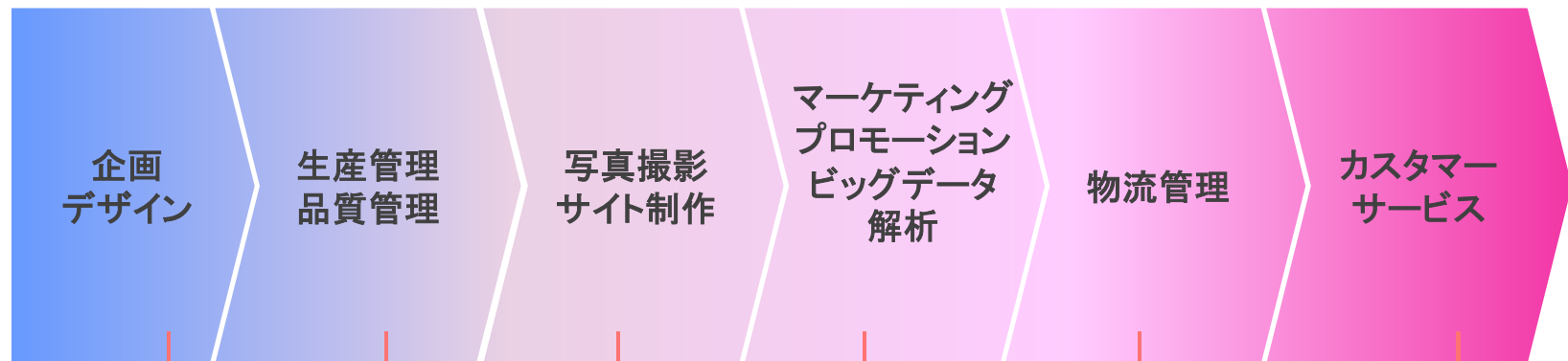
SPA型 スマホ通販

- 自社ブランドを製造販売
- 年齢層が10～30代
- 購入率が重要指標
- 在庫リスク有り
- 粗利率は高め 50%以上

ビジネスモデル～リアル店舗を持たないSPA型スマホ通販の専門モデル～

夢展望

自社で製造から販売、カスタマーサービスまで一気通貫で行う製販一体の経営により、お客様のニーズをスピーディに把握して、効率的な商品開発や販売促進に活かしています。このビジネスモデルでコスト削減、納期短縮や独自の世界観を構築することを実現しました。



Ⅱ 企業理念とビジョン

企業理念

「社員とその家族、お取引先様、株主様、お客様の幸せのための経営」を基本理念とします。そして社員の夢や希望に溢れる思い入れを込めた商品やサービスを提供することで新しい価値と文化を創造し、お客様はもとより株主の方々やお取引先様など広く社会に対して貢献します。

ビジョン

通信販売市場において世界で戦える企業、ブランドに飛躍し永続的に発展します。

ミッション

わが社のミッションはお客様のニーズやウォンツに合致した商品やサービスを他社よりも「早く、安く、便利」にお届けしてお客様に満足な笑顔になってもらうことです。

夢展望らしい「カワイイ、カッコいい」を安心して手軽に楽しんでもらい新たな顧客＝ファンを創造することがわが社の存在意義だと考えます。

Ⅲ.企業概要と沿革

～トップファッションの神的通販サイト～

神的通販サイトとして絶大な支持／高い業界内の評価

夢展望



『神的通販サイト夢展望』として称賛される
ギャルファッション誌Popteen読者アンケート1位



2010年3月号(2010.2.1発売)

ブロッガーファッション誌
DECOLOG PAPERアンケート首位

よく利用する
通販サイトは？
1位 夢展望
2位 GRL
3位 GALSTAR
4位 楽天市場
5位 RUNWAYchannel
【情報】
DECOLOG PAPER 4月号の
「良く利用する通販サイトアンケート」で
夢展望が1位に選ばれました！
ありがとうございます!!

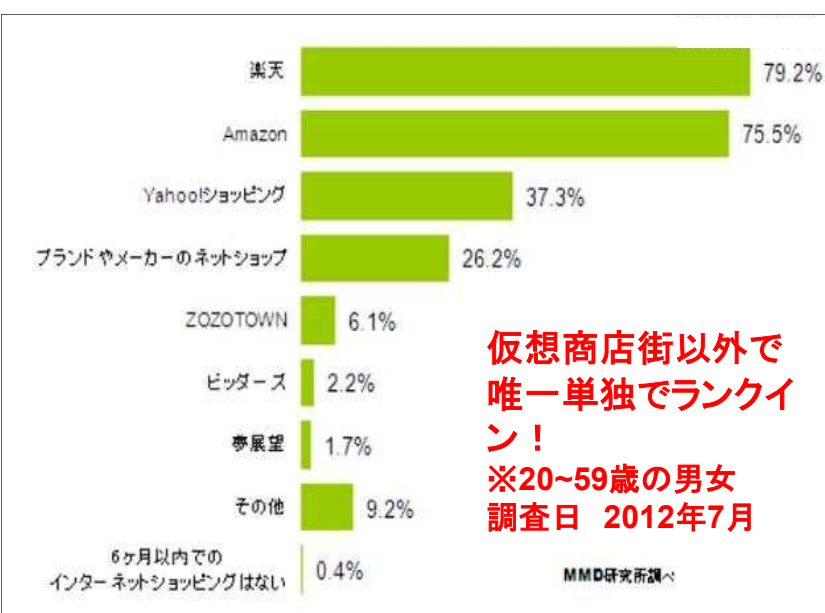


2013年4月号

主な受賞歴

2013年	DeNA ベストショップ大賞2012 レディスファッション カテゴリ大賞
2012年	楽天市場 SHOP OF THE YEAR 2011 「海外販売賞」「レディスファッション ジャンル賞」
2011年	EC研究会 第3回モバイルコマース・グランプリ 大賞グランプリ DeNA モバイルコマース大賞2010 グランプリ

アンケート「利用したことのあるショッピングサイト」



自社ブランド紹介 ～人気NO1の“神的通販サイト”～

夢展望

*Diable
baiser*



ディアブルベーズ

TARGET: 18～25歳
STYLE:
程よい露出でメリハリをきかせた女性らしいラインを提案。セクシー&キュートなスタイル。

Dear



ディアマイラブ

TARGET: 18～23歳
STYLE:
男の子が連れて歩きたくなる上品キュートなフェミニンスタイルを提案。愛らしさを追求したスタイル。

so Lady



ソーレディ

TARGET: 25歳
STYLE:
芯の強い女性を映し出す、大人な魅力を感じさせるブランド。働く女性の為の通勤スタイル。

Linosug



リノッシュ

TARGET: 18～30歳
STYLE:
テーマはシンプルリッチな海外セレブ風。デニムをメインにした女らしさやエレガンスを取り入れたスタイル。

*Mary
Rose*
eau de parfum



メアリーローズ

TARGET: 20～30歳
STYLE:
流行に敏感な女の子にぴったりなブランド。トレンドとレトロMIXしたNew classicalスタイル。

夢展望
ORIGINAL BRANDS

過去の大ヒット商品の一例 ～夢展望のサイトでしか買えません～

夢展望



【商品名】
コーデ力超UP☆
全方位モテ美脚
ストレッチスーツ
8点セット

【価格】
10,000円



【商品名】
夢展望史上最強の
美脚魅せ☆
3WAYスーパースト
レッチニーハイブーツ

【価格】
1,980円



【商品名】
ワンピースに早変わり
進化型バラ柄
マキシドレス浴衣

【価格】
4,980円

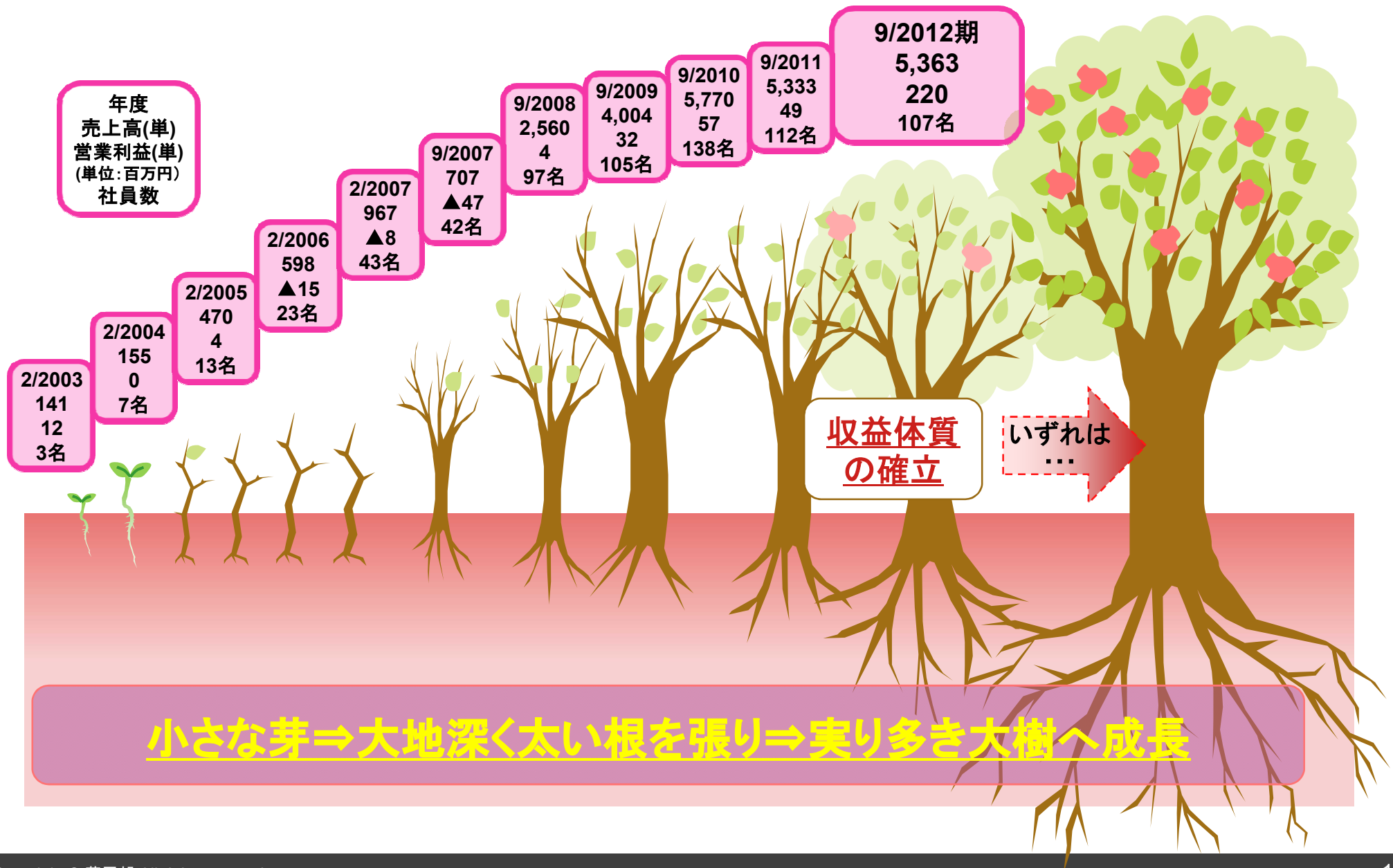


【商品名】
ハイパーキュートに
大変身だニャン♪
ネコミミチェックリボン
パーカーワンピース

【価格】
2,980円

業績動向の推移 10年で売上40倍！～夢のある展望が開ける会社～

夢展望



会社沿革 ～七転び八起き！ピンチをチャンスに変えられる会社です～

夢展望

組織の沿革

1998年5月
ドリームビジョン
株式会社 設立

2002年2月
夢新開発(香港)
有限公司 取得

2007年11月
東京支店
設立

2008年6月
夢展望株式会社
に社名変更

2008年7月
夢展望貿易(深圳)
有限公司 設立

2012年11月
南通佳尚服装
有限公司 設立

事業の変遷

香港で玩具雑貨
製造・卸売

国内でEC事業開始

ガラ携

急激な
シフト

スマホ&タブレット

2003年4月
楽天市場
出店

2005年2月
ビッダーズ
出店

2008年6月
自社サイト
販売開始

2005年6月
ヤフーショッピング出店

2009年8月
中国・台湾EC
サイト出店

“神的通販”
ポジション



2012年9月
中国
ECサイト
撤退

2012年11月
台湾
ECサイト
撤退

13年1月
TV通販を開始

2003年
香港で
SARS
流行

フィギア
カプセルトイ
男児玩具、
女児玩具

事業転換
コスメ
ダイエット
健康食品

2006年
薬事法
改正

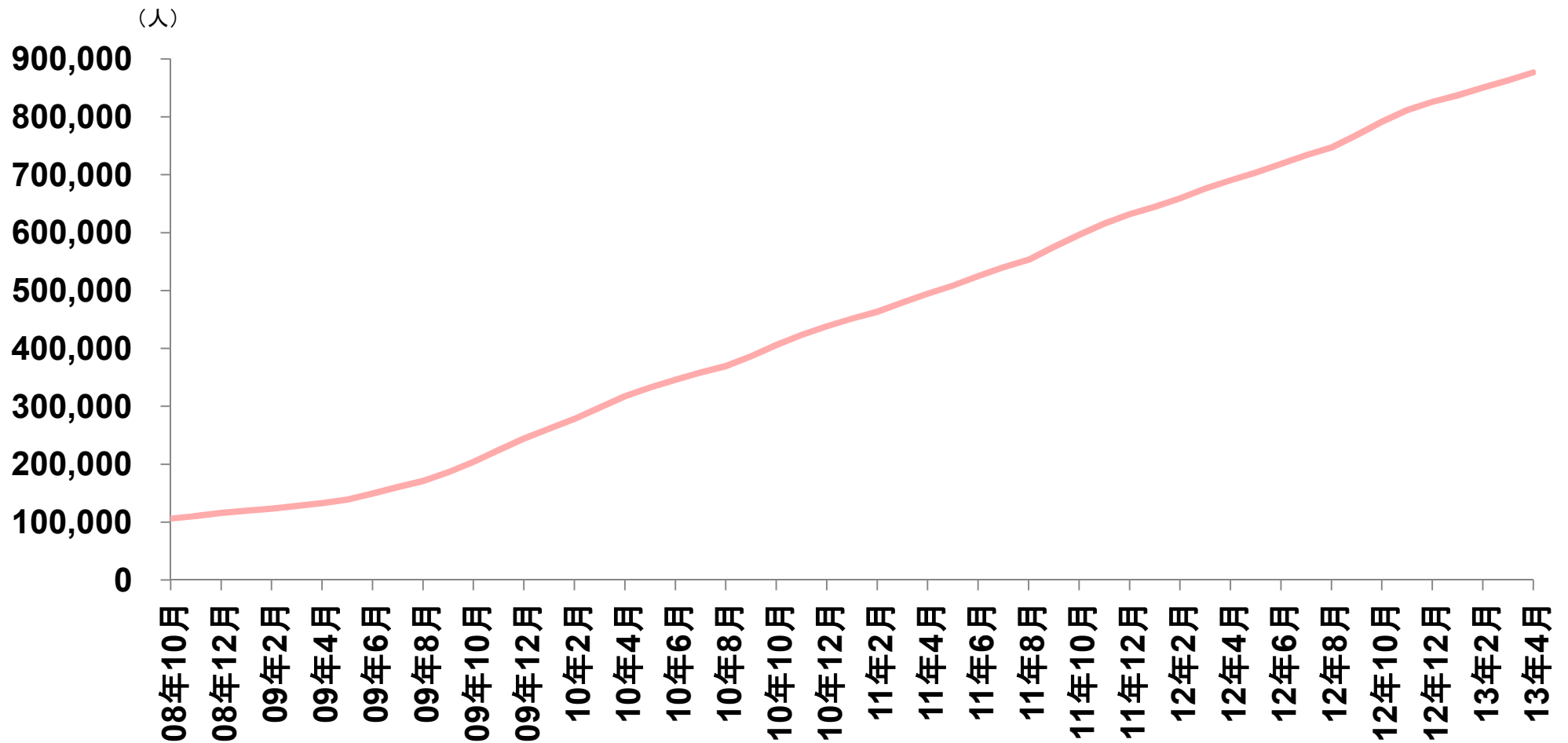
商材転換
ファッション
ギャル系、カジュアル
系、ナチュラル系、
キッズ系、メンズ系

選択と集中 テストマーケティングの結果、ガラ携経由でギャル系ファッションが最も効率が良いことが実証され、経営資源を集中

自社サイトの会員数の推移 ～順調に右肩上がりで推移～

夢展望

自社サイトの会員数推移

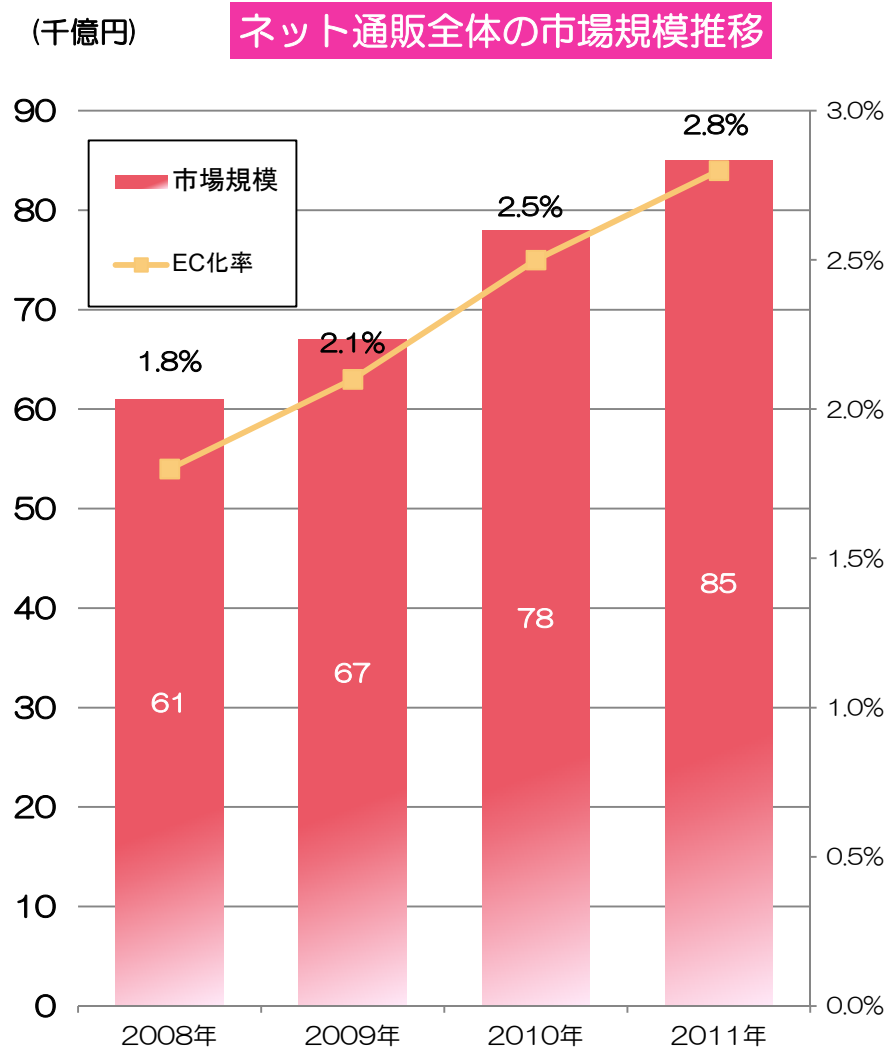


IV.市場環境の見通し

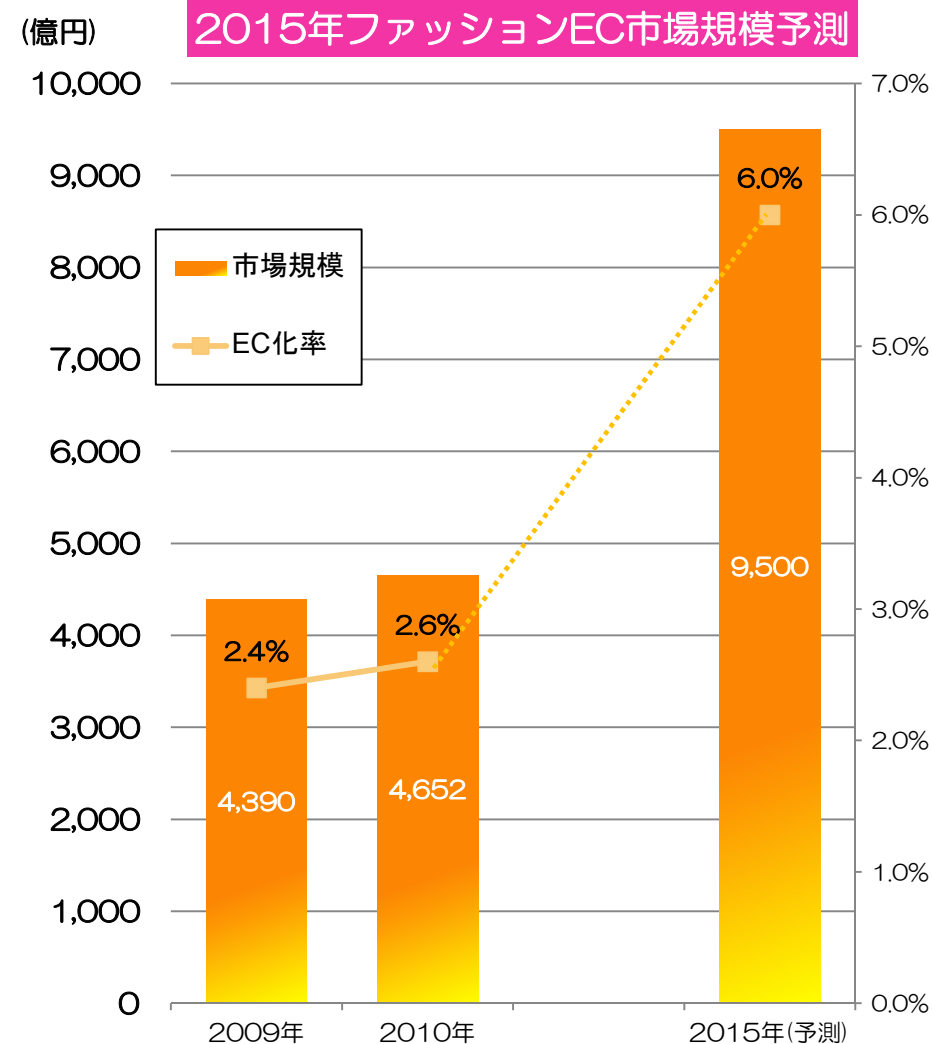
～まだまだ成長余地の大きい市場～

ファッション市場内でのEC化率が急上昇！

夢展望



出典 経済産業省 電子商取引に関する市場調査報告書

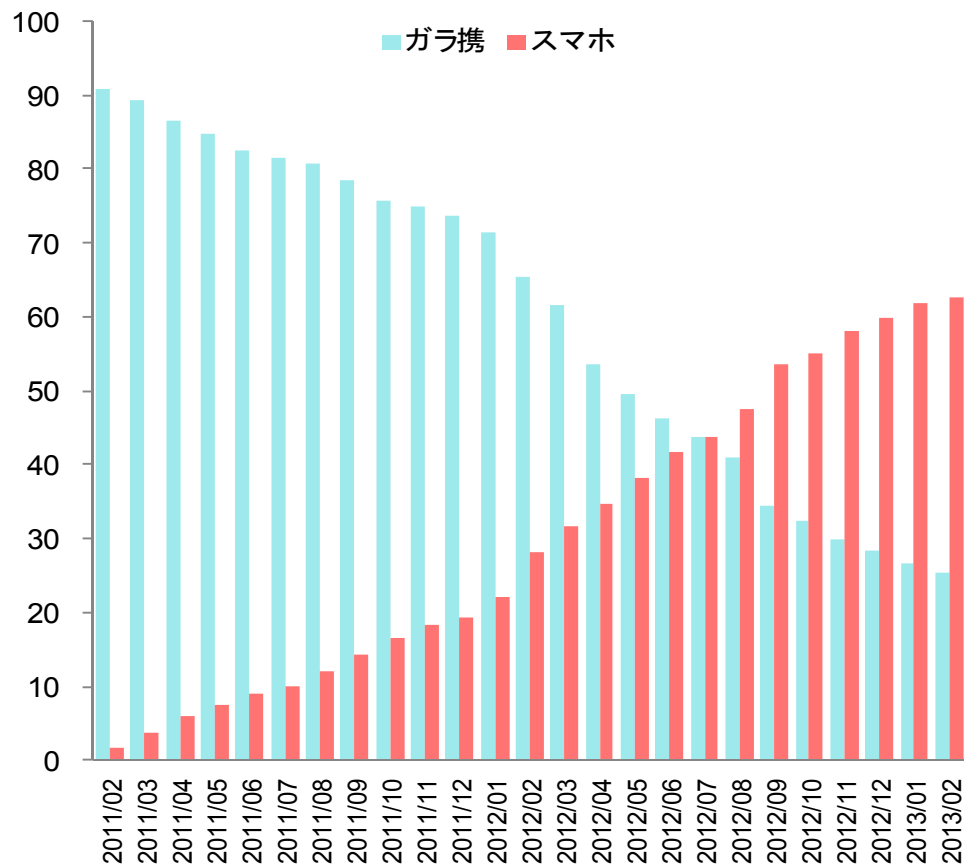


出典 矢野経済研究所参照

スマホの登場で通販市場が大変革 ～まったく新しい買い場の誕生～

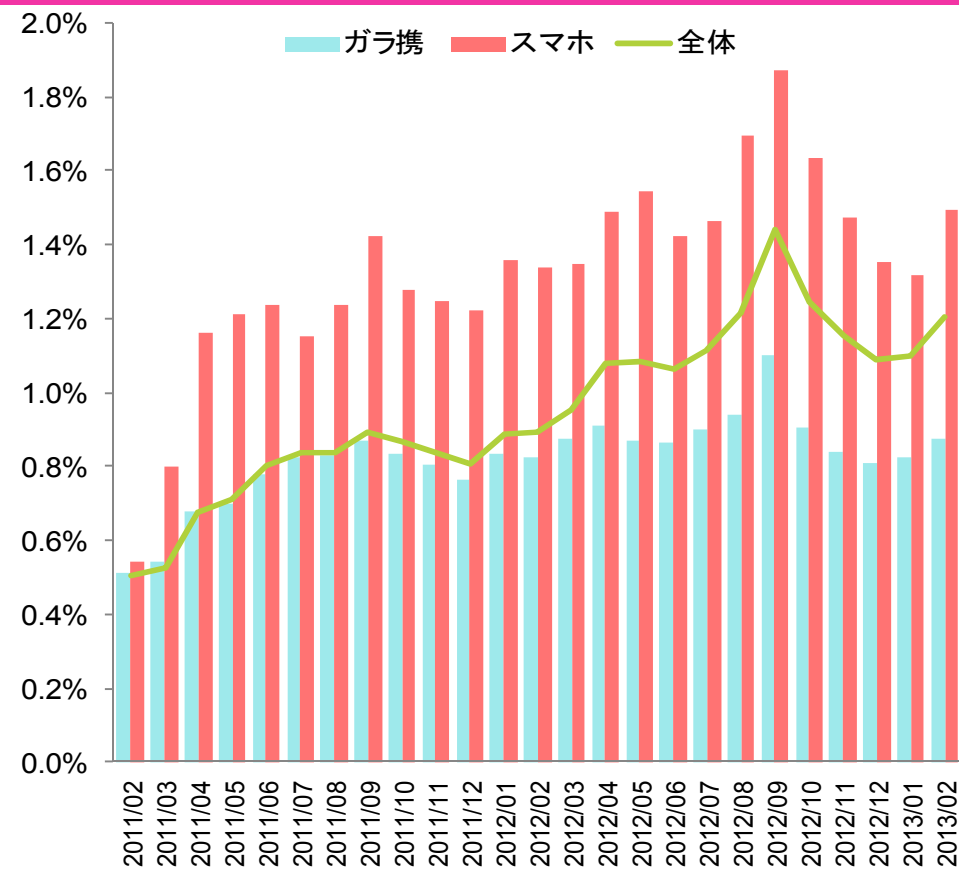
夢展望

当社売上構成比の推移



2011年2月時点でスマホ経由売上は2%だったのが2013年2月で60%、同年6月末はついに73%を超えました。

スマホとガラ携の購入率(CVR)の推移



スマホとガラ携の購入率を単純比較した場合、スマホの方がはるかに高い数値を記録。スマホと通販の高い親和性を実証する結果となりました。

IV. 当社事業の強みと差別化



夢コレ 自分自身の写真に着せ替えて試着体験



夢展望+ 速攻検索でウィンドウショッピング



類似画像レコメンド機能

【夢展望サイト】 → 【カテゴリー一覧】 → 【似ている商品一覧】
 【商品ページ下部】

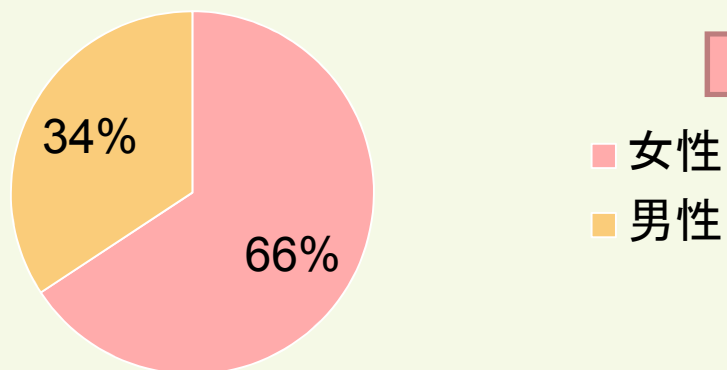


女性幹部の登用を重視 ～ターゲットに一番近い社員が商品開発を決定～

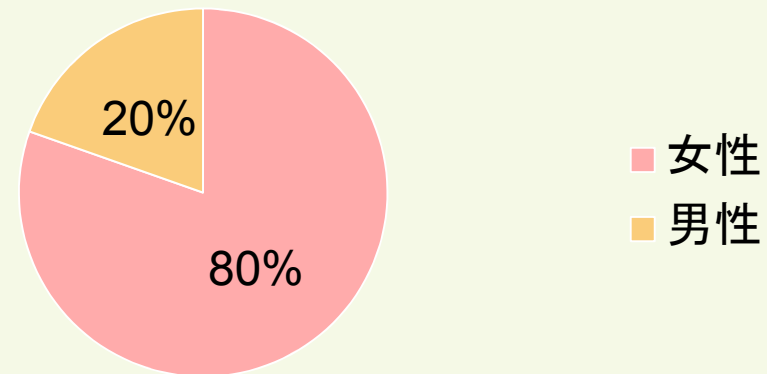
夢展望

女性社員を積極的に管理職に登用しニーズに合致した商品化をスピーディーに行う。

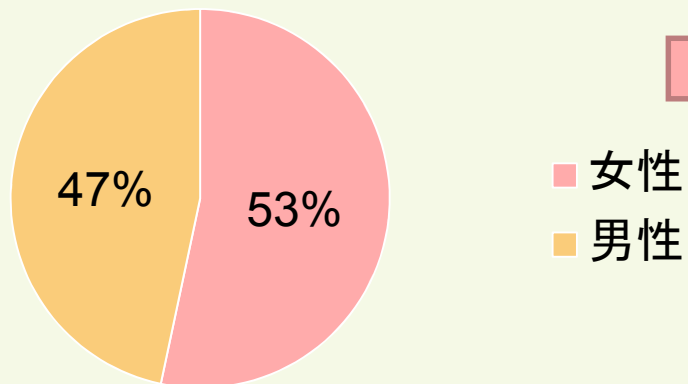
全部署の男女比率



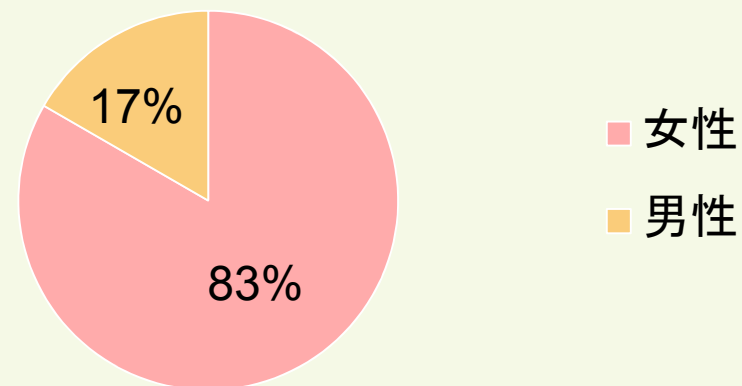
商品部の男女比率



全部署における管理職の男女比率



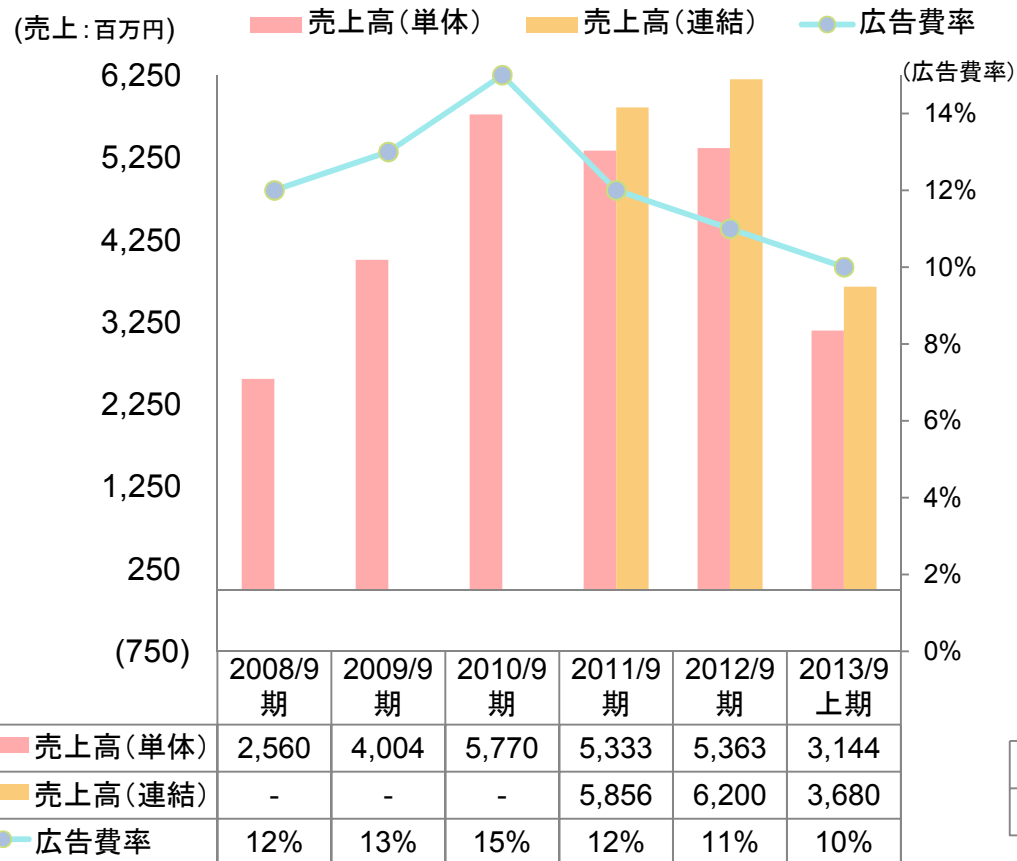
商品部管理職の男女比率



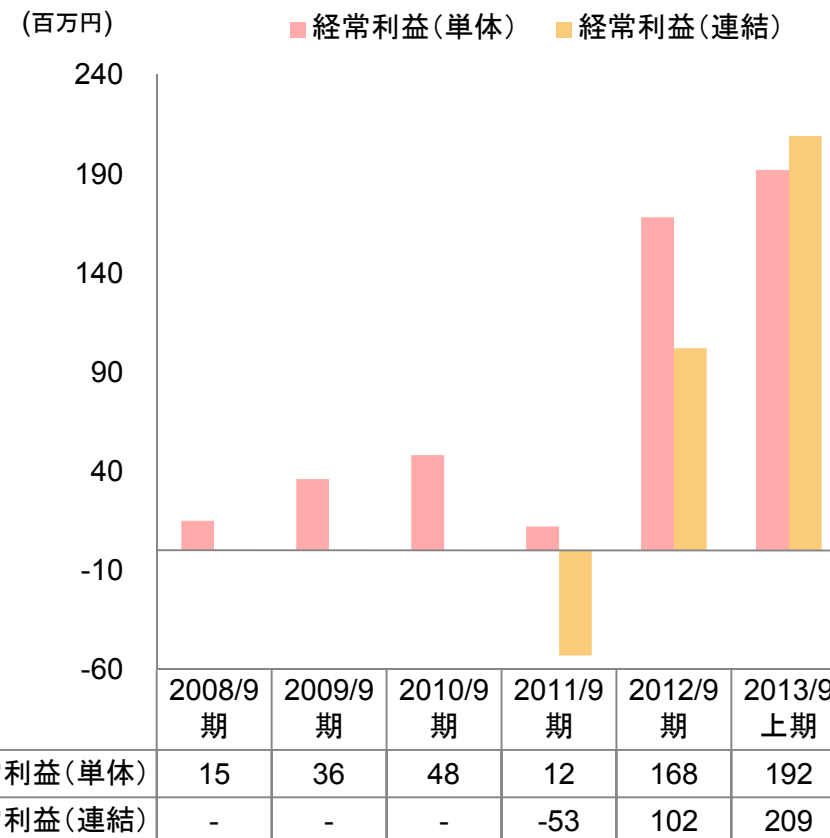
V.業績の推移

～利益体質へ大きく変革し、大幅利益成長の基礎を確立～

売上高と広告費率の推移



経常利益の推移



2013年9月期 利益率向上のステージへ。
単体上期ベースで、売上前期比+10% 経常利益+30%

単体での業績表 ～損益分岐点比率の引き下げ～

夢展望

(単位:百万円)	2008/9期	2009/9期	2010/9期	2011/9期	2012/9期
売上高	2,560	4,004	5,770	5,333	5,363
売上原価	1,111	1,681	2,475	2,332	2,431
売上総利益	1,448	2,322	3,294	3,001	2,932
売上総利益率(%)	56.6	58.0	57.1	56.3	54.7
販売管理費	1,444	2,290	3,237	2,951	2,712
販管費比率(%)	56.4	57.2	56.1	55.3	50.6
営業利益	4	32	56	49	220
営業利益率(%)	0.2	0.8	1.0	0.9	4.1
営業外収益	27	22	22	3	2
営業外費用	16	17	30	40	54
経常利益	15	36	48	12	168
経常利益率(%)	0.6	0.9	0.8	0.2	3.1
特別利益	—	—	—	0	—
特別損失	—	2	0	0	82
当期純利益	14	33	47	10	49
純利益率(%)	0.6	0.8	0.8	0.2	0.9

数字はいずれも単体

利益体質への転換に成功、利益率が大きく伸長！

VI. 今後の成長戦略

お客様のニーズやウォンツに合致した商品やサービスを提供

マルチブランド戦略 ～少子化対策と顧客の成長に合わせたブランド開発～ 夢展望

少子化対策やGALを卒業してGIRL、LADYへ移行される離脱対策としてデザイナーと顧客の成長に合わせて新しいアイテムやテイストのブランドを開発することによりターゲット顧客を拡大します。さらにサイズや価格帯でも細分化して新ブランドを開発します。

■ 展開軸Ⅰ：テイスト

トップファッションから夢展望の遺伝子を取り入れたトレンド&ベーシックファッションの「ナチュラルブランド」にも取り組む。

■ 展開軸Ⅱ：アイテム

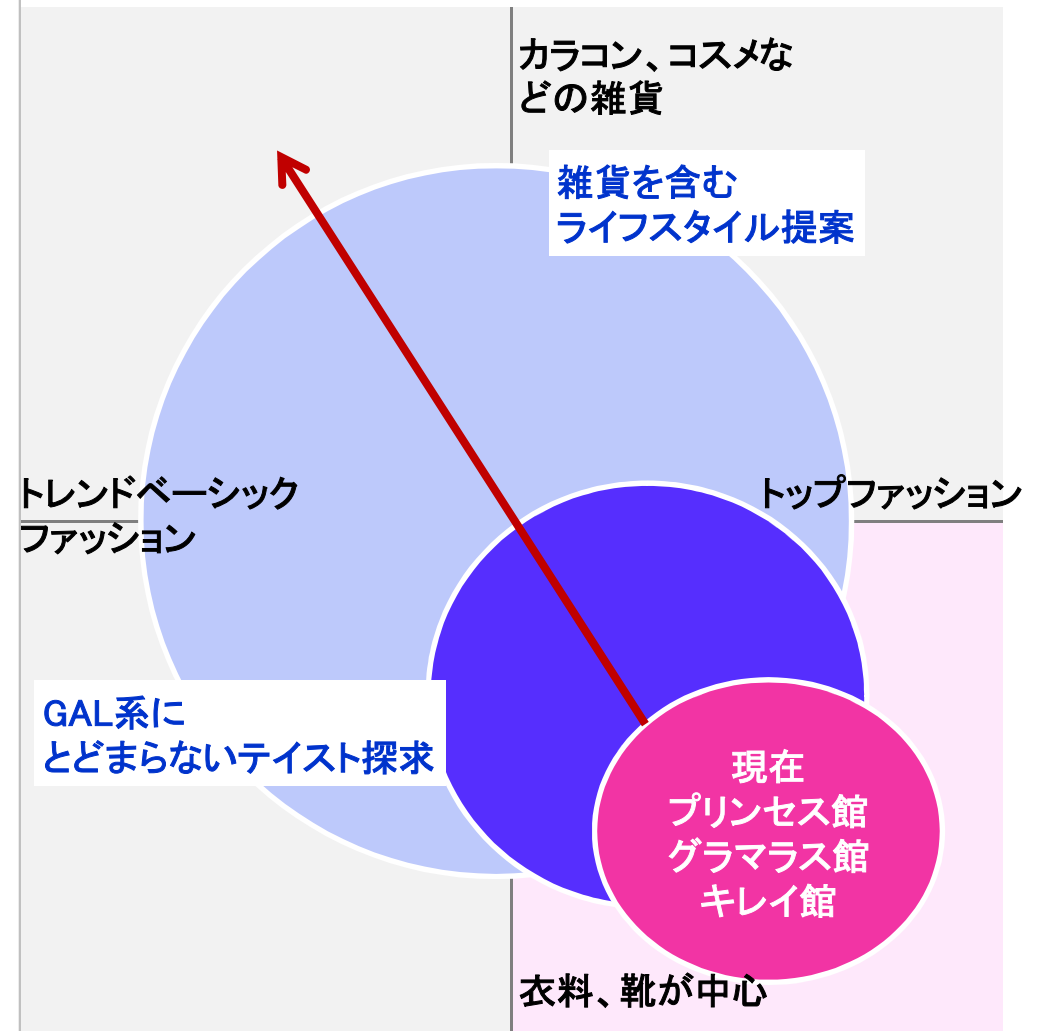
夢展望の遺伝子を持ちながら雑貨を含むライフスタイル提案型の総合通販サイトへ拡大。カラコン、ビューティー雑貨など。

■ 不動産への初期投資が不要のためブランドのスクラップ&ビルドを頻繁に実行し最適なブランドポートフォリオの運用を目指す。

■ ギャルファッションのトレンドが激変

益若つばさ、クミッキーの出現により浜崎あゆみや倅田来美のような「セクシーでワイルドなギャル」から「かわいくて清楚なギャル」に進化しました。また渋谷系と原宿系が融合し多様なテイストを楽しむ時代にトレンドが大きく変化しファッション雑誌や売り場もテイストミックス化が進んでいます。このテイストミックスは消費者個人へも影響し、1人の女性がオフィスではコンサバ系、デートはセクシーなギャル系、友達と遊ぶときはストリート系のカジュアル服などTPOや気分により様々なテイストを使い分けるようになっていきます。いろいろなテイストをコーディネートして自分を演出することを楽しむ、自由なファッションの時代に変化しています。そのたくさんのアイテムを必要とするファッショントレンドの中で、安くてかわいい服はより一層、消費者から求められています。

中長期的拡大の方向



販路拡大戦略 ～購買層の拡大:TVショッピングへの進出～

夢展望

夢展望
ネット通販

顧客層：10～20代中心

夢展望とQVCがコラボレーション

- 両社の中間顧客層である30代の開拓
- 夢展望の専属デザイナーがQVCのMDと共に専売ブランドの企画開発を行う
- テレビ通販という新しい販路を拡大

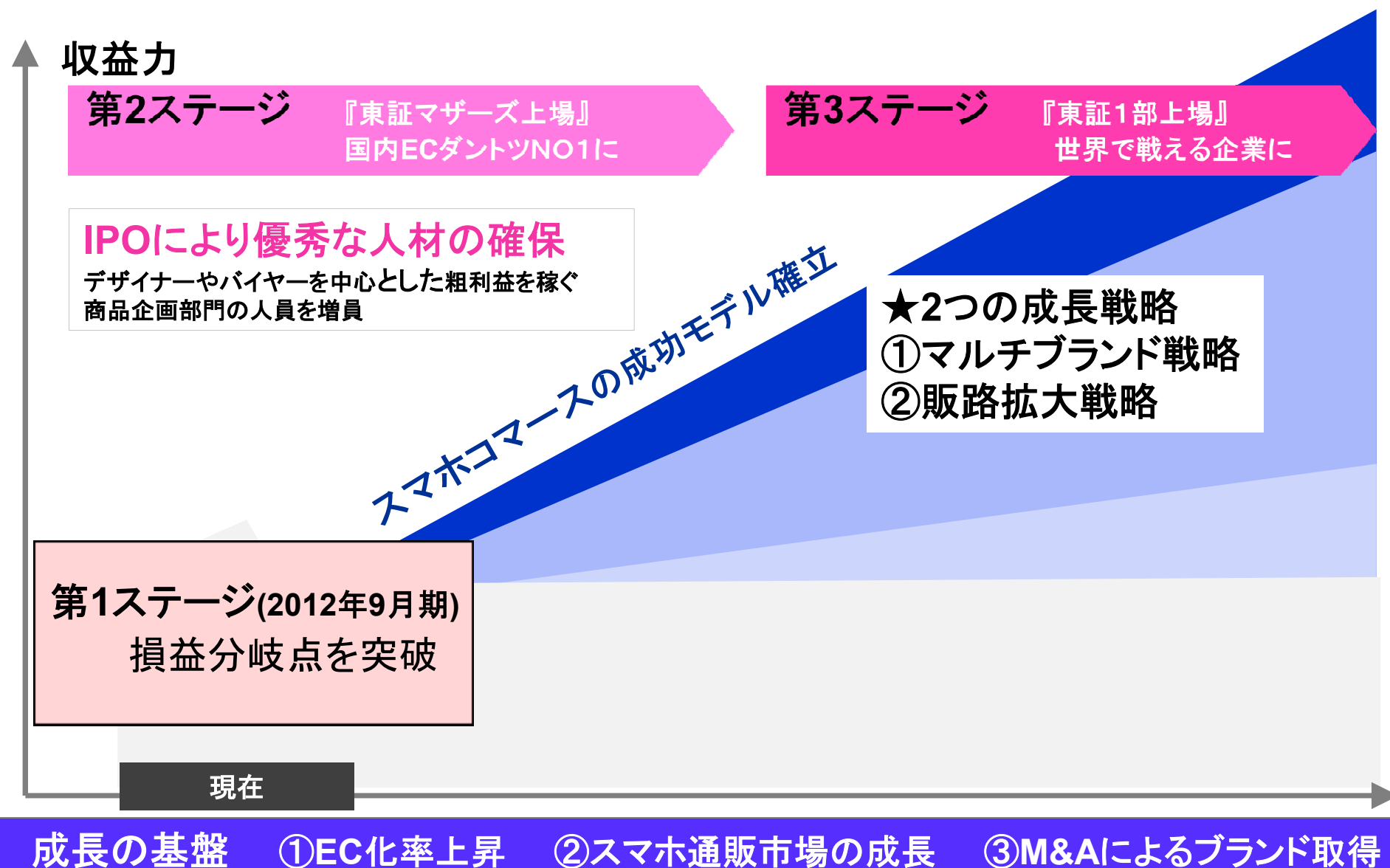
QVC
TV通販

顧客層：40～50代中心



将来に向けて夢の展望が開ける2つの成長戦略

夢展望



まとめ 3期連続の売上横ばい⇒ 大幅増収増益へ飛躍

夢展望

2010/9

- 広告媒体に積極的に投資した結果、**売上は過去最高**を記録するものの、利益率は大幅に低下

2011/9

- 広告投資を削減、売上重視から**利益を重視**する経営にシフト
- 外部コンサルを活用し**MD機能をブラッシュアップ**

2012/9

- スマホへ経営資源を集中、ガラケーから**スマホへのシフトに成功**
- 物流費用等の販管費を見直し、**利益体質へ転換**

2013/9

- 短期借入を長期借入に切替えることにより財務支出を減らし、**仕入金額を拡大**
- 上期の売上は**前期比+10%**、経常利益は**前期比+30%**を達成
- 損益分岐点を超え、**大幅な利益成長へ**

今期以降、①マルチブランド戦略②販路拡大戦略の
2つの成長戦略により次の大きな成長ステージへ飛躍します。