

夢展望

2013年9月期 決算補足説明資料

2013年11月28日
夢展望株式会社
(東証マザーズ:3185)

夢展望

会社概要

社名	夢展望株式会社(証券コード:3185)
本社	大阪府池田市石橋三丁目2番1号 (2013年12月から東京渋谷に支店とプレス)
設立	平成10年5月(1998年)
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日生まれ。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!
資本金	592,185千円
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. 2013年9月期 決算概要

IV. 中期経営計画

I .企業ハイライト

～さらなる成長戦略により規模と企業価値の拡大を目指す～

マルチブランド化、オムニチャネル化により新しいビジネスモデルを構築。

- ① 成長性の高いスマートフォン経由の通販市場を核に拡大
- ② ユニークな**自社ブランド**を増やして**SPA**(製造小売)により**戦略価格**で価値提供
- ③ **他社との協業**による**オムニチャネル化**により**販促費削減**と**販路拡大**を実現



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



スマホ経由
売上
80%

ガラ携
11%

PC 9%

夢展望

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～

■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:80% ガラ携:11% PC:9%(本店のみ)

※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:26.4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

141万人、うち自社サイトは95万人(2013年10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



既存ブランドの特徴



Diablo baiser

ディアブルベーゼ
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。レースやスリットから
チラリと肌をのぞかせたり、
セクシー小悪魔風などセクシー
& 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。リボンやレースが
いっぱいの子らしいディ
ティールで他にはないような愛
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。トレンドミックス
させたクールでセクシーな
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
メインにしたカジュアルの
中にも女らしさやエレガンス
を取り入れたスタイル。



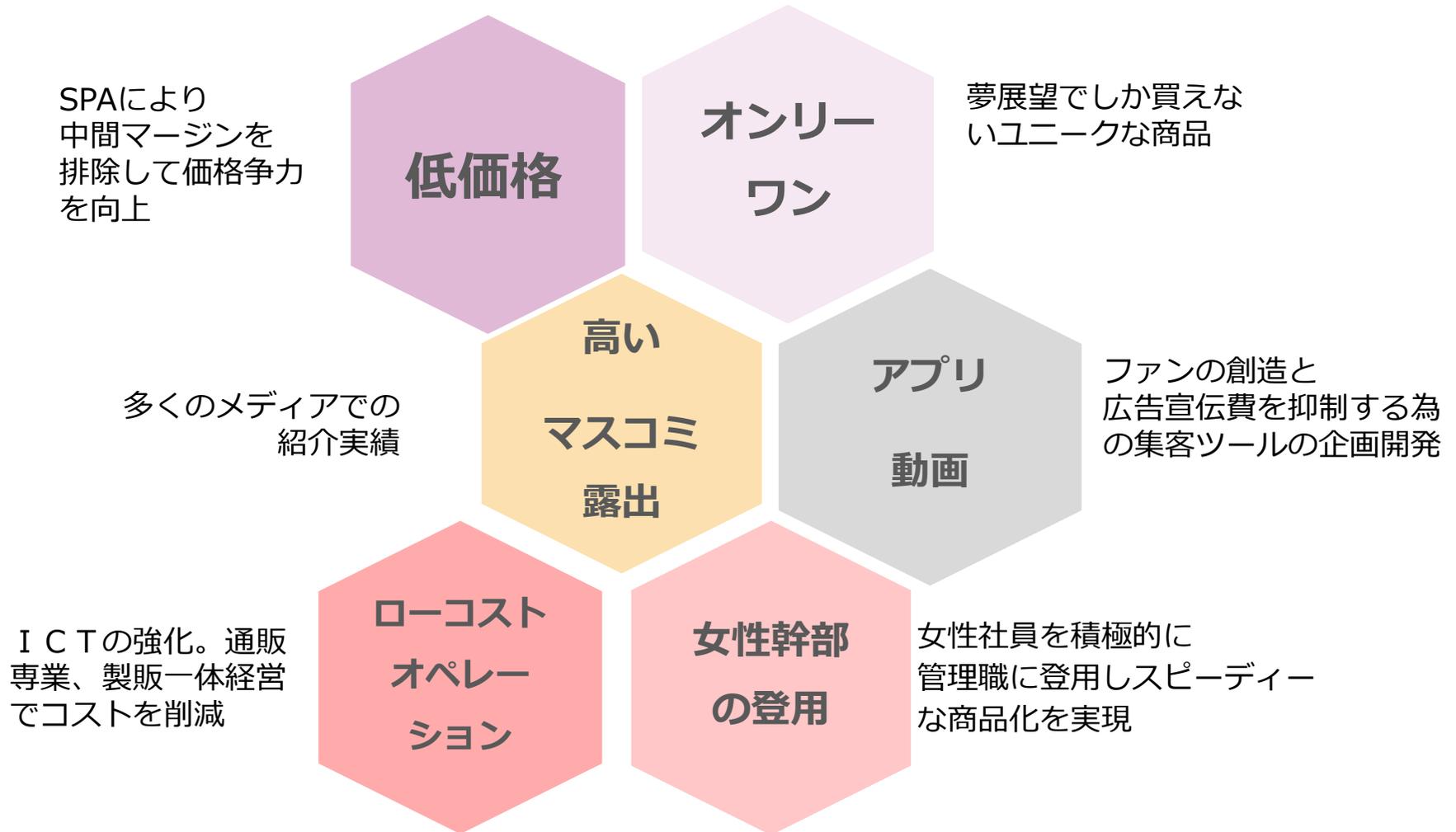
Mary Rose
eau de parfum

メアリーローズ
オードパルフラム
TARGET：20～30歳
STYLE：
流行に敏感な女の子に
ぴったりなブランド。
可愛らしくいたい、でも
ちょっと背伸びもしたい。
トレンドとレトロをMIXした
New classicalスタイル。

夢展望
ORIGINAL BRANDS

夢展望

夢展望の強みと他社との差別化について ～持続的な競争優位性～



II. 企業理念とビジョン

～幅広い女性をかわいく綺麗にする会社～

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. 2013年9月期 決算概要

連結売上高に関しては前連結会計年度比9.1%の増加を達成し、連結経常利益は4.2%増加しました

スマートフォン経由の売上は2013年10月末で80%（前期は44%）まで上昇
売上高物流比率は9.0%に低下（前期は9.5%）、収益力の地盤をさらに固めております

「関西コレクション」へ出展し、SNS活用強化でマーケティングを深掘り、さらにコンタクトレンズなど新規商品の販売を開始しました

連結業績表

	2011/9期	2012/9期	2013/9期
売上高	5,856	6,200	6,764
売上原価	2,703	3,033	3,464
売上総利益	3,152	3,167	3,299
粗利率	53.8	51.1	48.8
販売管理費	3,173	3,005	3,131
販管費比率	54.2	48.5	46.3
営業利益	△21	162	167
営業利益率	△0.4	2.6	2.5
営業外収益	4	2	0
営業外費用	37	62	62
経常利益	△53	102	106
経常利益率	△0.9	1.6	1.6
特別利益	0	-	-
特別損失	2	30	9
当期純利益	△57	27	74
純利益率	△1.0	0.4	1.1

(単位:百万円)

数字はいずれも連結、連結業績算出が始まった**2011/9期**から記述

夢展望

財務指標の推移

(単位：百万円)

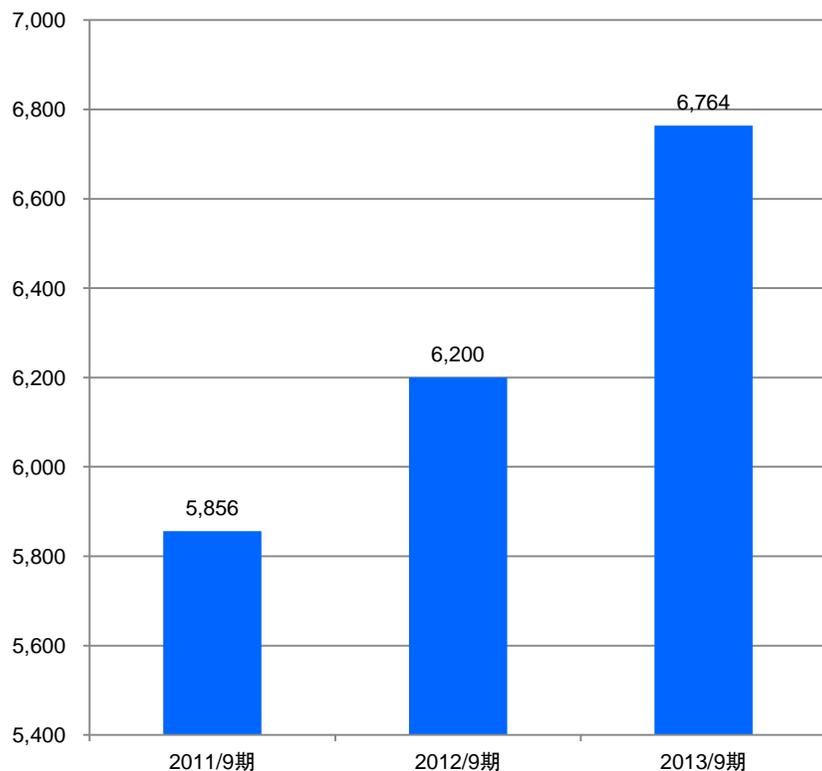
	2008/9期	2009/9期	2010/9期	2011/9期	2012/9期	2013/9期
総資本	1,022	1,576	2,399	2,048 2,165	1,980 2,046	2,814 2,955
純資産	134	168	215	225 156	274 184	1,216 1,135
有利子負債	562	821	1,635	1,238 1,238	1,006 1,006	949 949
現預金	429	581	1,215	469 551	289 374	909 993
自己資本比率	13.2	10.7	9.0	11.0 7.2	13.9 9.0	43.2 38.4
総資産回転率（回）	2.5	2.5	2.4	2.6 2.7	2.7 3.0	2.0 2.3

2011/9期以降については、上段が単体、下段が連結

連結業績の推移：2013年9月期（累計）

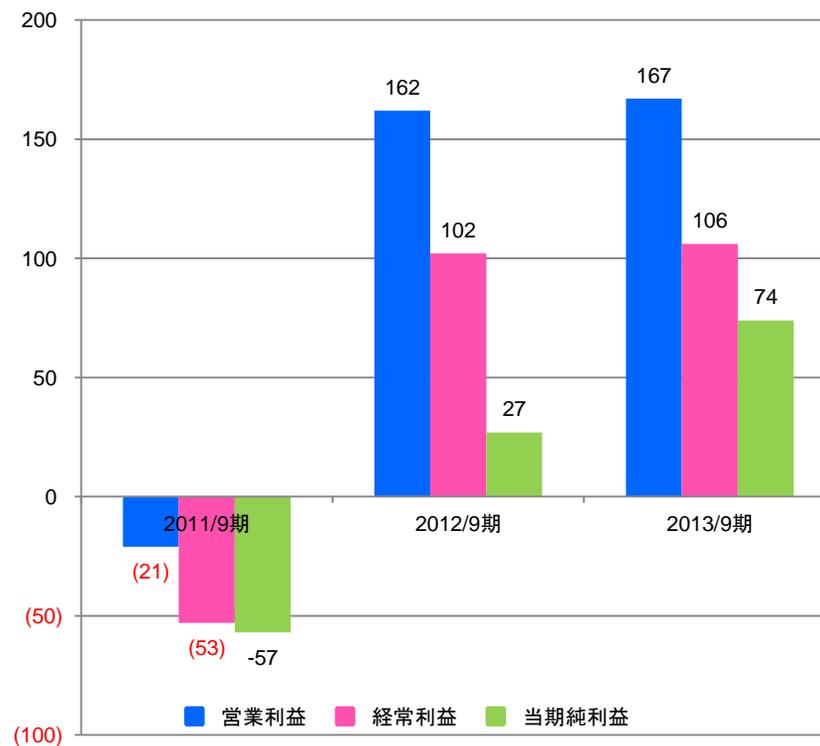
売上高

(単位:百万円)



利益

(単位:百万円)

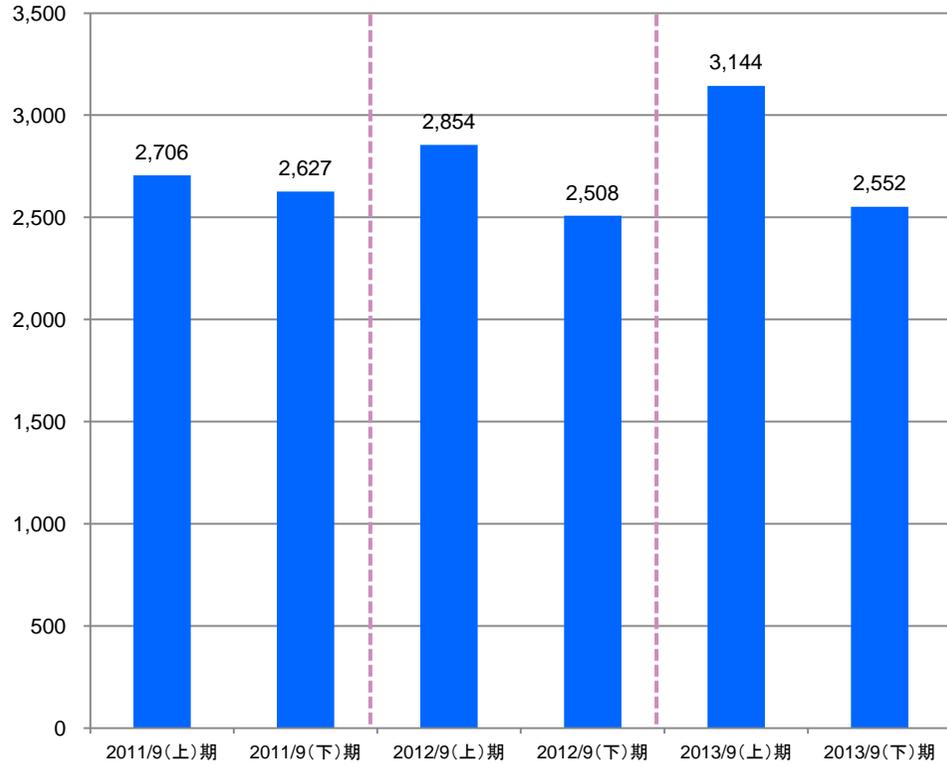


- 前期比 売上高109.1%、営業利益103.6%、純利益167.3%
- 粗利率の低下により売上の伸びに対し営業利益が伸びなかった

2013年9月期 上期下期売上高

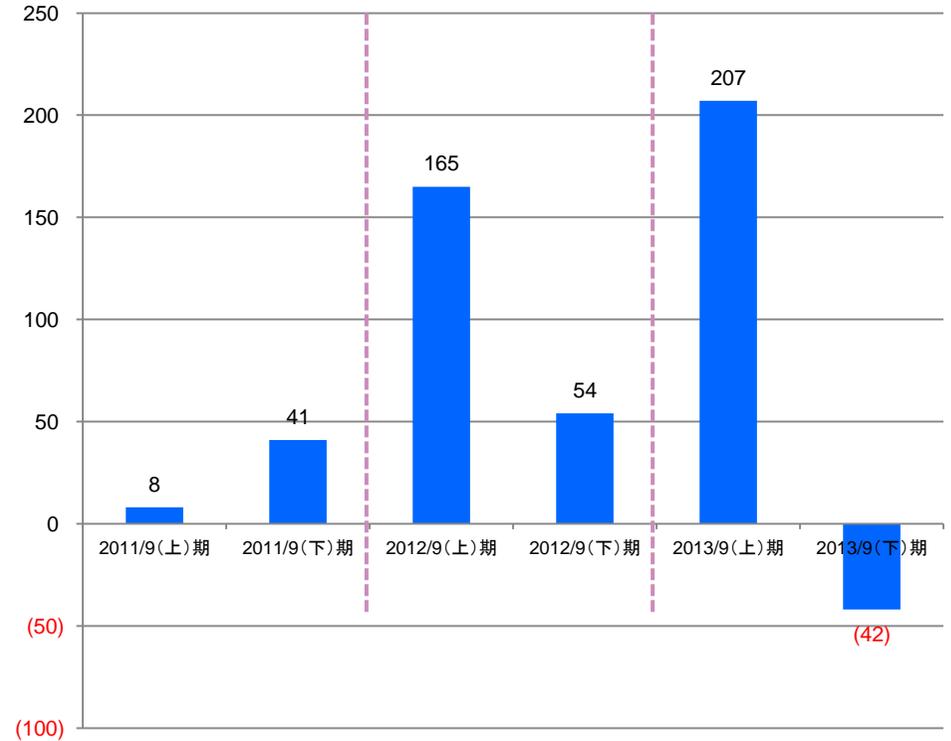
売上高 (単体)

(単位：百万円)



営業利益 (単体)

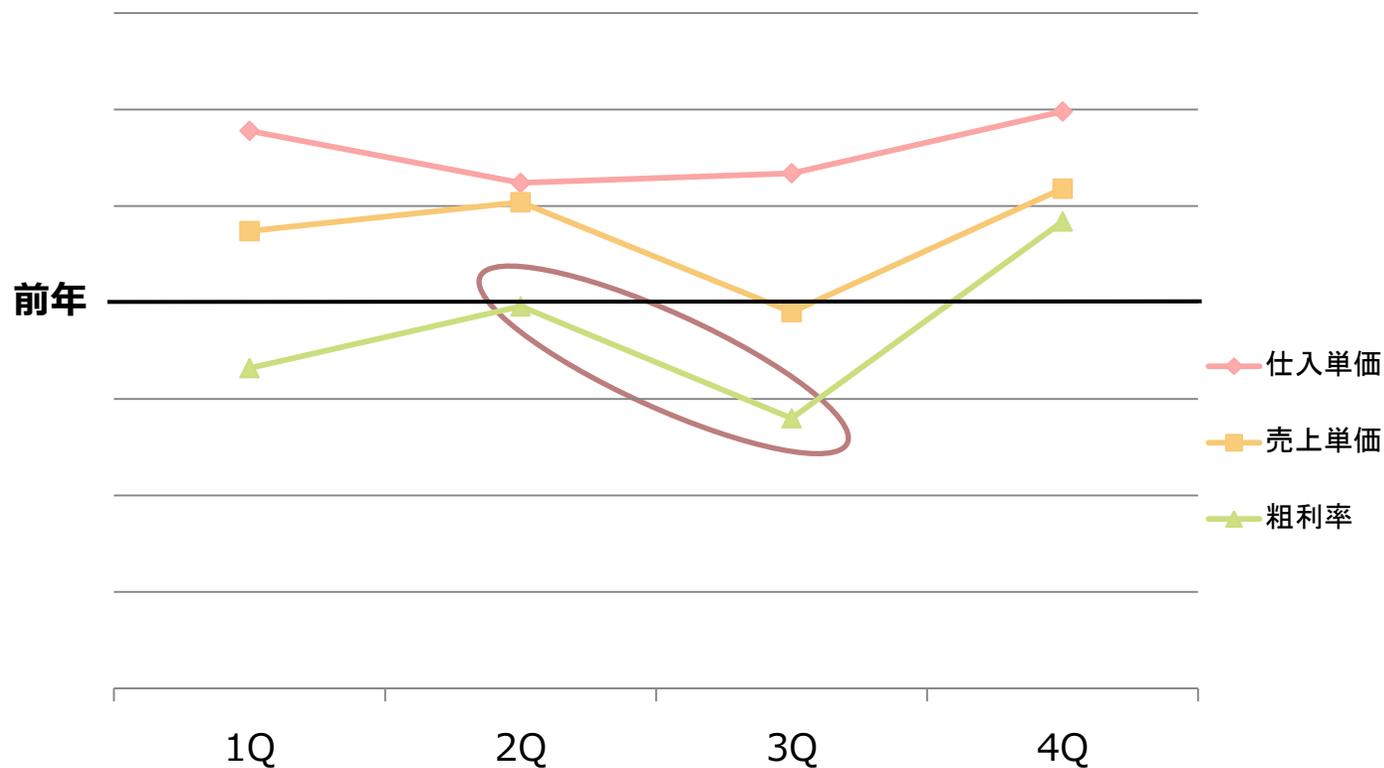
(単位：百万円)



- 第4四半期の伸びが鈍く、下半期の売上が伸びなかった
- 販管費の増加を吸収できず下半期がマイナスとなった

仕入単価の上昇に対する売上単価と粗利率の連動

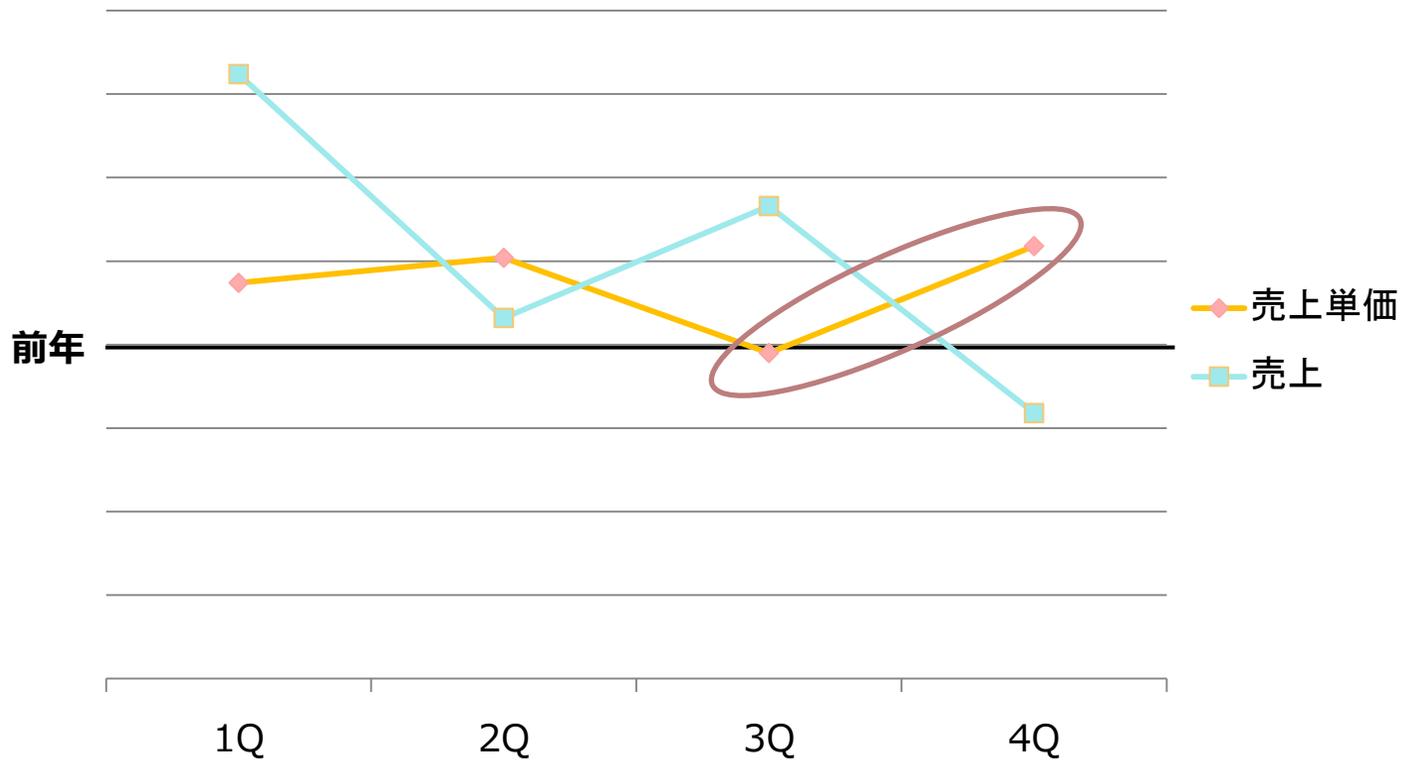
3Qにおいて売上単価が前年同程度となり、粗利率が下降



※BtoBの影響を調整している

売上単価の上昇に対する売上総額の連動

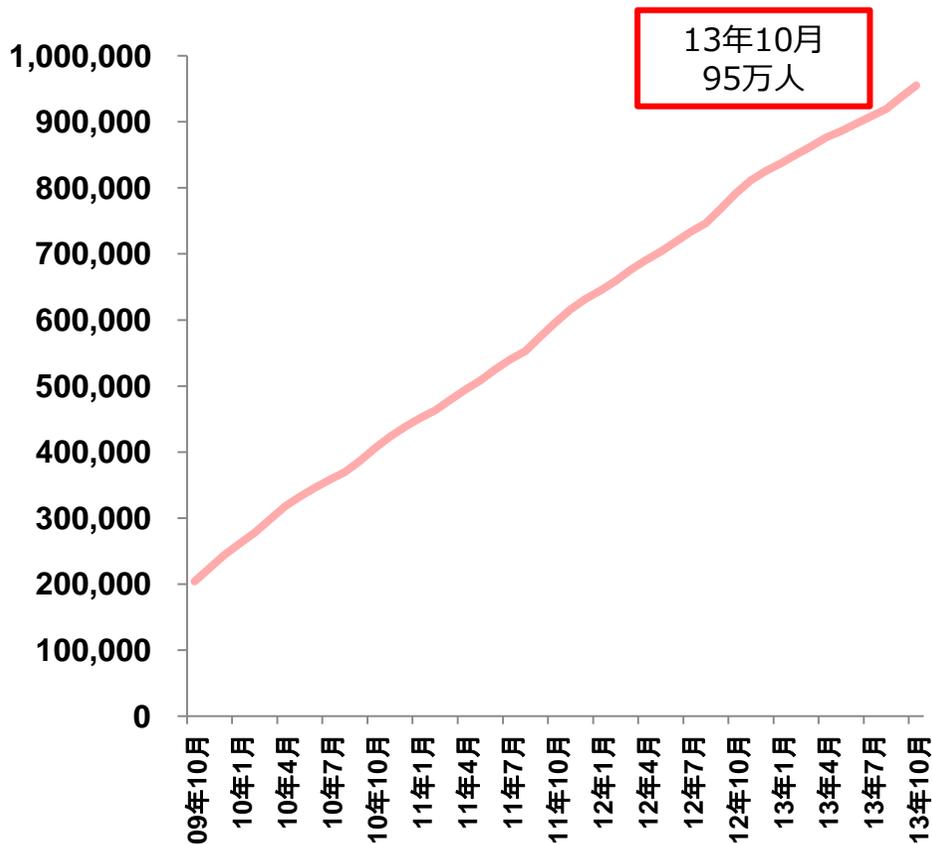
3Qの結果を受け値引きを抑制する方針をとったが売上の伸びが鈍化



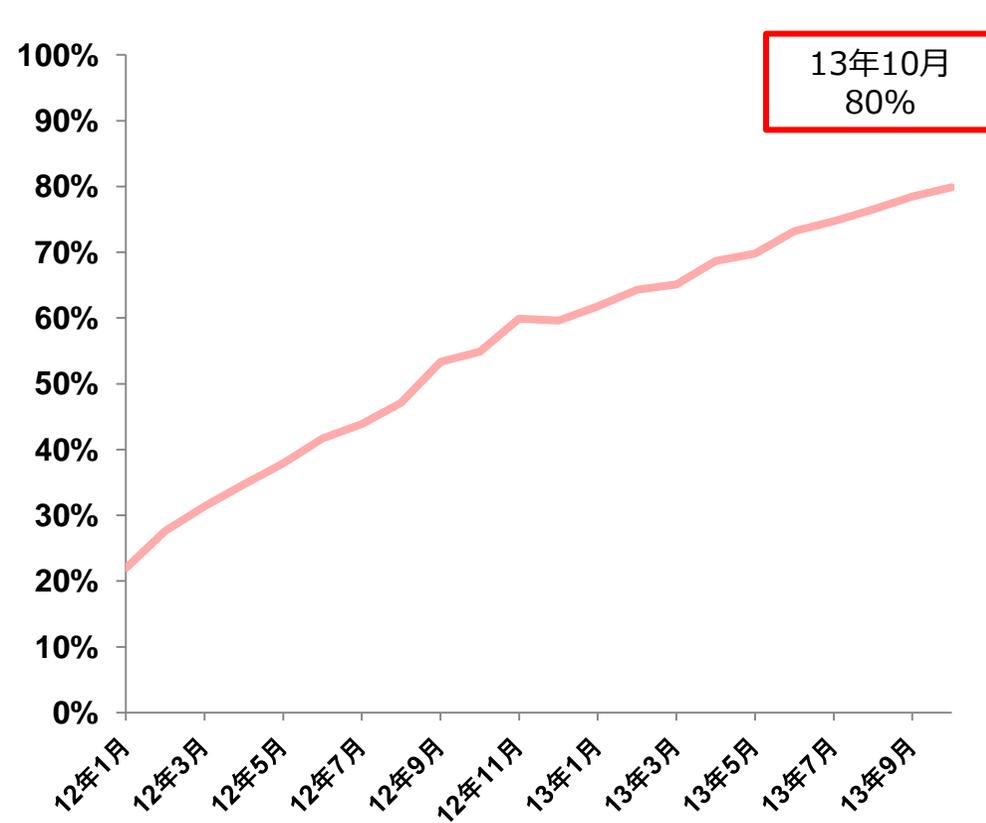
※BtoBの影響を調整している

自社サイトの会員数の推移及びスマホ売上比率 ～順調に右肩上がりで推移～

自社サイトの会員数推移



スマートフォン売上比率



前期16期のヒット商品一例 ~ユニークで意味のある価値提案~



【商品名】
絶賛レビューで進化ver!10cm
太ヒール超美脚ニーハイブーツ

【価格】
3,150円

【販売実績累計数】
38,623個



【商品名】
ストレッチ抜群♪超美脚シルエットストレッチス
キニーパンツ

【価格】
980円

【販売実績累計数】
27,328枚

夢展望

IV. 中期経営計画

調達した成長資金と優秀な人材を活用して
トップラインを取りに行く「攻めの経営」にシフト

中期経営計画

スピード経営を実現できる組織体制に転換し、
早期にマルチブランド化・オムニチャネル化を実行する。

	PHASE : 投資先行 2014	PHASE : 投資と成長 2015	PHASE : 投資と収穫 2016
方針	<ul style="list-style-type: none"> ・5ブランドローンチ ・商材カテゴリも拡大 ・既存ターゲットを大幅に拡大 ・ブランド開発を可能にするため企画の人員を強化する ・意思決定を早めるため組織体制を見直す ・新規企画の中核を東京にシフト ・ブランド毎のコントロールの為MDシステムを導入する 	<ul style="list-style-type: none"> ・3ブランド程度ローンチ ・さらに顧客ターゲットを拡大 ・昨年度立上げブランドの成長を加速するため広告費を増額 ・東京事務所の新卒採用を強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・3ブランド程度ローンチ ・2014立上げブランドからの収穫増大による大幅な利益増 ・単体でも100億越え
連結数値目標	売上 83億円 営業利益 1億円	売上 102億円 営業利益 3億円	売上 130億円 営業利益 7億円
M&A戦略	ブランド開発の一手法として活用		

今期17期に発売予定のブランド

大人カジュアル

25歳から35歳
8000円前後
ギャル卒業生の受け皿ブランド。少子化&離脱対策



(イメージ)

コラボブランド(monLily)

18歳から25歳
5,000円前後
大手雑誌社とのコラボブランド。
紙面やイベントで大規模集客

(商標登録出願中)

大きいサイズ(plumprimo)

18歳から35歳
3,000円前後
お洒落をしたいけれど
体型に自信のない方
向けのブランド。感度
の高いデザイン。

(商標登録出願中)



お洒落ランジェリー

18歳から25歳
3,000円前後
通期で平均した売上が
見込める商材。ギャル
向けデザインで機能性も
重視。



キッズ(小学生向け)

女子小学生2年~5年
6,000円前後
POP, ラブリー、クール
の全テイストをミックス



(イメージ)

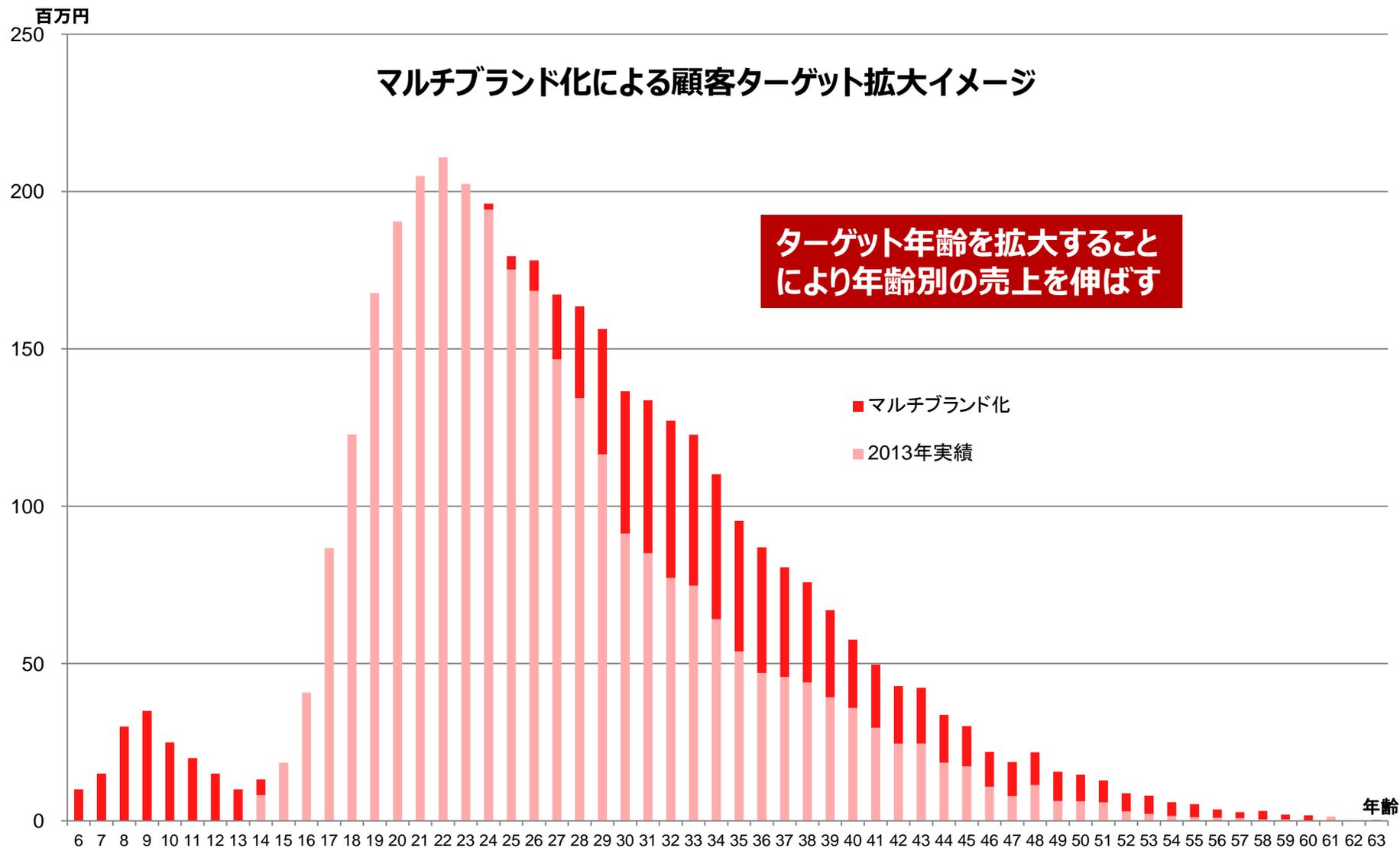
スマホ雑貨&健康食品

18歳から35歳
2,000円前後
スマホケースや健康食品
を企画販売



(イメージ)

顧客ターゲット年齢の拡大



3ヶ年数値計画

(単位：百万円)

	2013/9 実績	2014/9 計画	2015/9 計画	2016/9 計画
売上	6,764	8,356	10,271	13,050
売上総利益	3,299	3,854	4,960	6,442
販管費	3,131	3,736	4,618	5,689
営業利益	167	118	341	753

ブランド開発のための人への投資

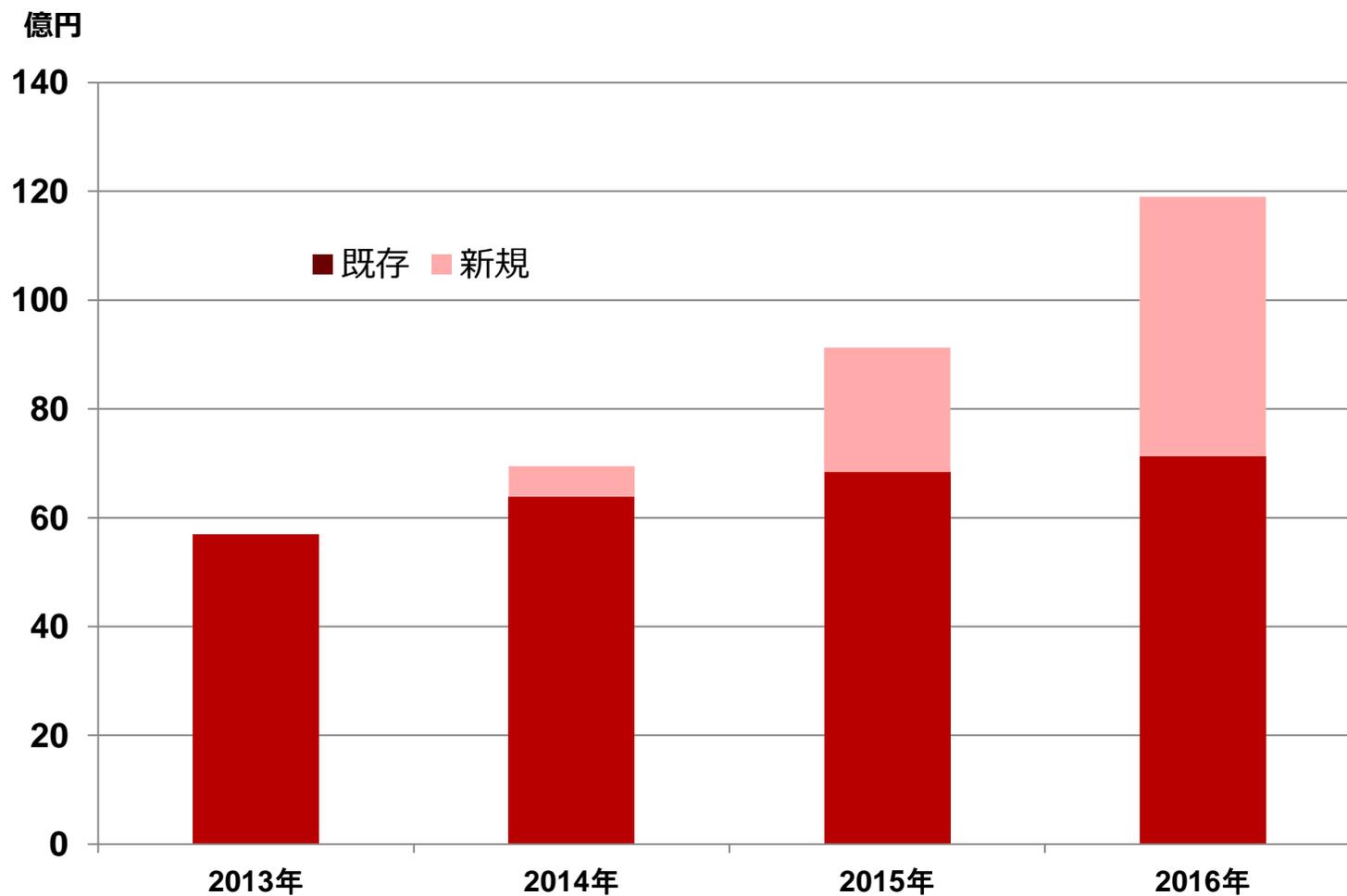
	2013/9 実績	2014/9 計画	2015/9 計画	2016/9 計画
人件費 (百万円)	695	865	1,009	1,122
増加人数 企画系	—	8人	7人	6人
増加人数 WEB系	—	4人	3人	2人
増加人数 販促系	—	4人	3人	2人
増加人数 新卒他	—	7人	9人	8人

17期 その他販管費の増加要因

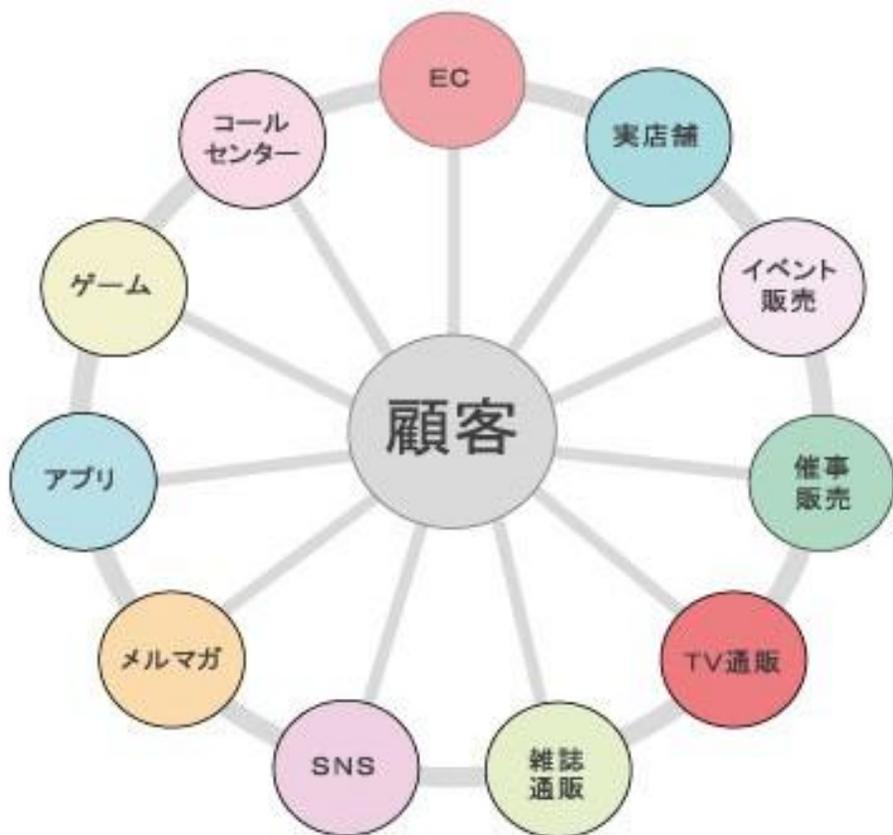
(単位：百万円)

項目	概算額
広告費の追加	100
減価償却費の増額	35
東京支店の移転関連	23
OS入れ替え費用 (XP対応)	10

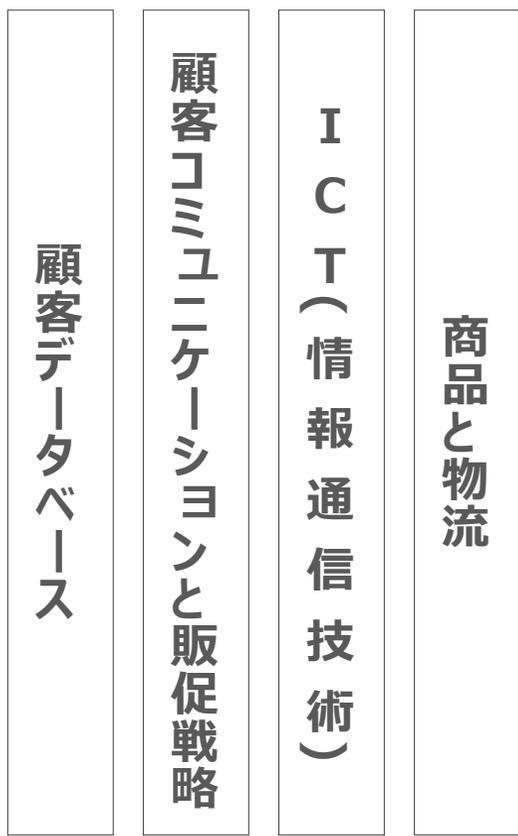
中期経営計画における既存ブランドと新規ブランドの割合（単体）



夢展望オムニチャネル相関図 ～提案した価値を創出し、伝達し、配達する～



- ・スマホ
- ・タブレット
- ・動画

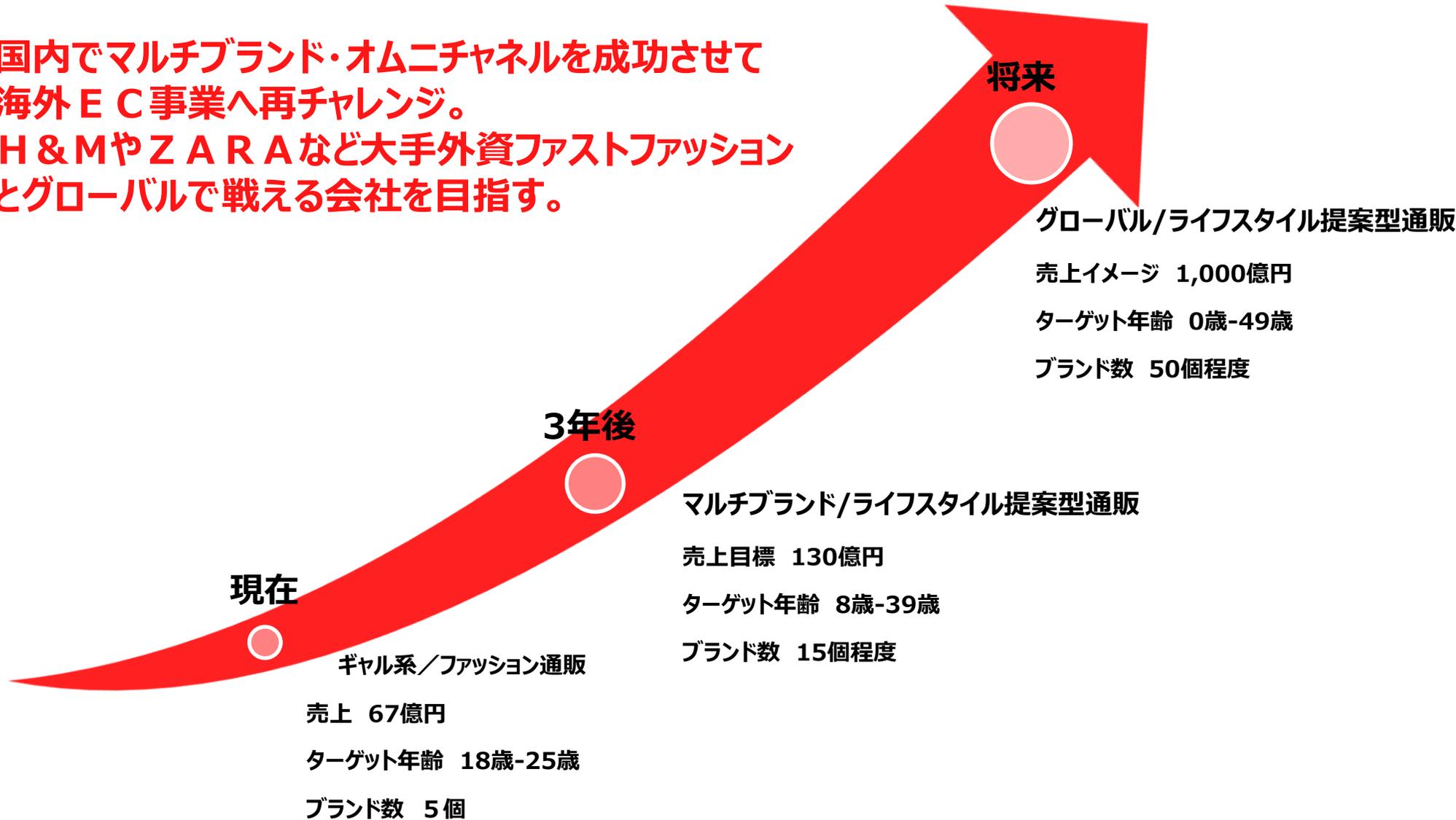


チャネル横断型の商品・顧客・販売促進の管理を強化（ネットとリアルが融合）

オムニチャネル戦略とはEC、実店舗、イベント販売、催事販売、TV通販、雑誌通販、SNS、メルマガ、アプリといったあらゆる顧客接点となる媒体やチャネルをシームレスに統合して顧客の欲しいものを欲しいときに欲しい場所で顧客が望む形で購入機会(買い場)を数多く提供する販路拡大戦略のこと。有力他社（ブランド、小売店、キャラクター）との協業を増やすことにより顧客がわくわくどきどきして衝動買いを促すような販路（買い場）や仕組みを構築する。

中長期経営計画の成長イメージ ～顧客・市場・価値の選択と集中～

国内でマルチブランド・オムニチャネルを成功させて
海外 E C 事業へ再チャレンジ。
H & M や Z A R A など大手外資ファストファッション
とグローバルで戦える会社を目指す。



本資料には、事業に関する将来予想に関する記述が含まれています。かかる将来予想に関する記述につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものでありますが、これら将来予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、実際の当社業績はこれらの将来予想と異なる場合があります。

また、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。