

夢 展 望

第16期 株主通信

平成24年10月1日～平成25年9月30日



Top Message

株主の皆様へ

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

さて、第16期(平成24年10月1日から平成25年9月30日まで)株主通信をお届けするにあたり、謹しんでご挨拶申し上げます。

代表取締役社長 岡 隆宏

第16期の当社を取り巻く経営環境は、中国における労働コストの高騰、急激な円安と、厳しい環境となりました。そのような環境のもと、前年比9.1%増となる連結売上高6,764百万円を計上することができました。また連結経常利益に関しても、前年比4.2%増となる106百万円を計上いたしました。

しかし、前年を上回ることができたものの、平成25年7月以降の売上の伸び不足により、当初の計画に対しては、売上、利益ともに、下回る結果となりました。

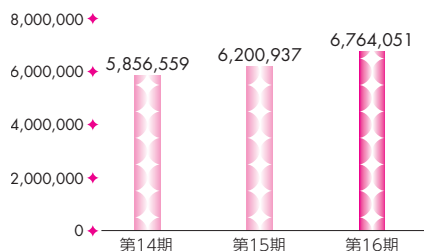
インターネットによる取引金額は増加傾向にあるとはいえ、継続する円安による利益率の圧迫、来年から段階的に開始される消費税増税など、当社にとって厳しい状況に囲まれている状況です。しかし、当社は、過去、大きな変革を実践することにより、ピンチをチャンスに変え、新たな成長を果たしてきました。

平成10年の創業当時、当社は、玩具・雑貨のOEM受託ビジネスを行ってきましたが、平成15年の香港における悪性インフルエンザの流行により継続困難な状況に陥りました。このピンチを乗り越えるため、事業内容を一転し、生活雑貨品の製造卸販売事業を開始、間もなくインターネット通販も開始しました。当社オリジナル商品はTV番組等にも取り上げられるヒット商品を世に出すまでに至り、収益も安定させることができました。

連結決算ハイライト

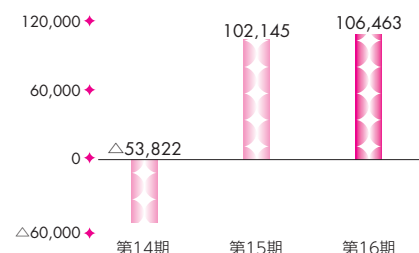
売上高

(単位：千円)



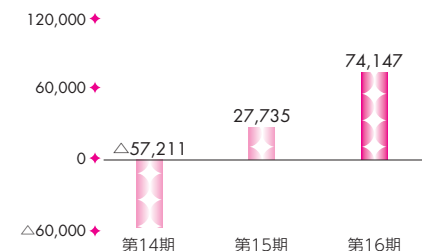
経常利益又は経常損失(△)

(単位：千円)



当期純利益又は当期純損失(△)

(単位：千円)



平成18年には、次のピンチとなる薬事法の改正が施行され、ホームページ上の宣伝表現に大きな制約がかけられることとなり、売上が4分の1程度まで減少しました。

このピンチを乗り越えるため、既存のお客様と親和性の高い商材を模索した結果、ヤングレディースファッションにビジネスの主軸を転換しました。さらに、オンリーワンで価格競争力のある商品を短期間で展開できるようSPA型のモデルを構築しました。

さらに、モバイルサイトでの販売に特化し、圧倒的なエンターテインメント性にあふれたモバイルの商品ページにより差別化を図りました。この差別化戦略が、拡大するモバイル通販市場とマッチし、平成19年より大幅に売上を増加することができました。

以上のように、当社は、大きな経営環境の変化に対応すべく、果敢なイノベーションを繰り返し実行することにより、従前のビジネスを超える新たな成長を実現してきました。経営のイノベーションが当社の企業文化の基礎であり、この企業文化こそが、当社の特徴であり、最大の強みであると考えています。

上記のように、当社を取り巻く経営環境は依然厳しいですが、第17期からは「攻めの経営」に転じ、新たなブランドを次々と開発していきます。インターネットビジネスにおける競争を考えると、「早く実行して、早く失敗して、結果として早く成功する」というサイクルを高速化することが非常に重要です。

このスピード感こそが、これからの夢展望の成長エンジンとなると考えております。

今後とも、株主の皆様のご期待に応えるべく、大きな成長を目指して参りますので、変わらぬご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

第17期上期 経営方針

『全社目標』

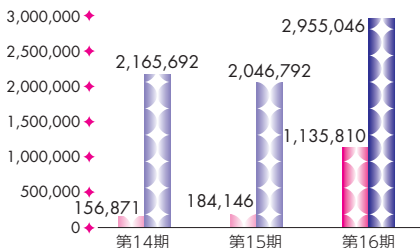
現場主導で
ヒット商品を連発しよう。

『全社行動目標』

原点回帰、現場主義に戻ろう。

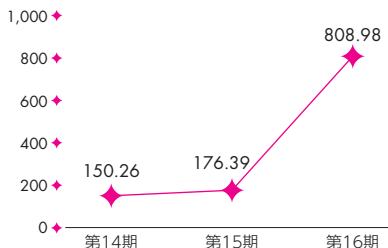
■ 純資産 / ■ 総資産

(単位：千円)



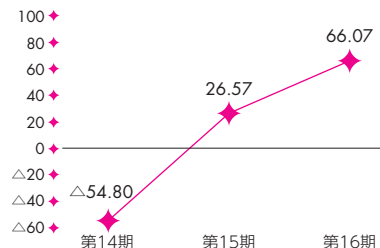
◆ 1株当たり純資産

(単位：円)



◆ 1株当たり当期純利益又は当期純損失(△)

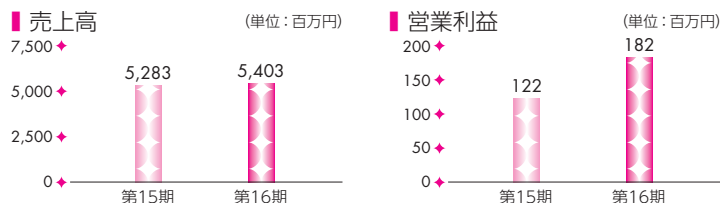
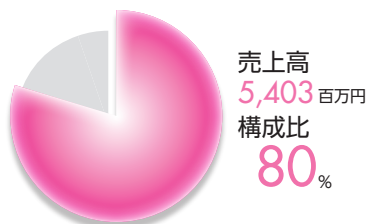
(単位：円)



Segment Information

事業別概況

衣料品販売事業



衣料品販売事業におきましては、前半は秋冬物商品の売れ行きが良く、売上、利益ともに前連結会計年度を上回る月が多く順調に推移しましたが、後半は急激な円安による仕入原価の高騰や記録的な猛暑の長期化と台風などによる天候不順にも苦しめられました。

その結果、売上高は5,403百万円(前連結会計年度比2.3%増)となり、営業利益は182百万円(前連結会計年度比49.1%増)となりました。



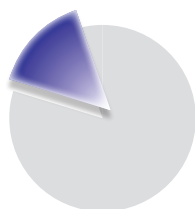
夢コレ (夢展望コレクション)
(スマホアプリ)

「夢コレ」は、お客さまご自身の写真を使って、手軽にバーチャルで試着することができる無料のアプリです。毎月最新のトレンドファッションを提供する「夢展望」がオススメするトレンドファッションアイテムを、バーチャルで試着したり、ソーシャルネットワークを活用して着せ替え写真をお友達と共有できます。もちろん気に入った商品をアプリ経由で購入することも可能です。

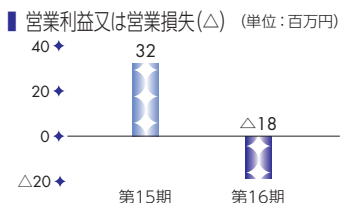
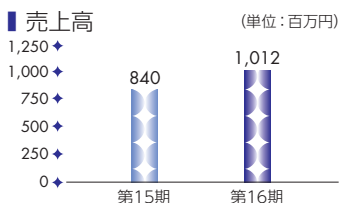


夢展望自社サイト

玩具・雑貨販売事業



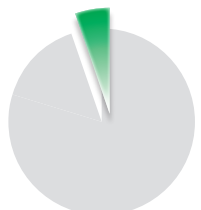
売上高
1,012 百万円
構成比
15 %



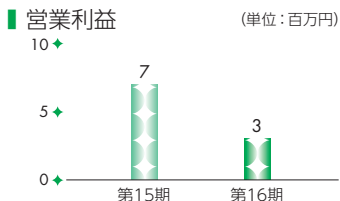
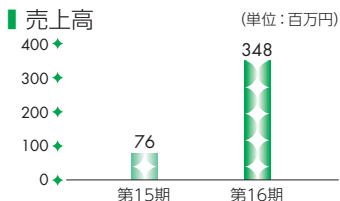
玩具・雑貨販売事業におきましては、主力取引先より引き続き受注は確保できているものの、市場全体の落ち込みによる影響が大きく、厳しい経営環境が続いておりますが、こうした状況の中、当社グループは、新規取引先との取引の拡大を進め、売上の向上を図っております。

その結果、売上高は1,012百万円(前連結会計年度比20.4%増)となり、営業損失は18百万円(前連結会計年度は営業利益32百万円)となりました。

その他事業



売上高
348 百万円
構成比
5 %



その他事業では、メーカーや小売事業者向けの広告販売事業、第16期より開始いたしましたコンタクトレンズ販売事業、テレビ通信販売事業者及び他社インターネットモール等への卸売事業を行っております。コンタクトレンズ販売事業では販売サイトを衣料品販売サイトへ統合し、コンタクトレンズを衣料品とともに購入する機会をより高める等、当社グループの衣料品販売事業との相乗効果による売上向上を図っております。

その結果、売上高は348百万円(前連結会計年度比355.1%増)となり、営業利益は3百万円(前連結会計年度比49.0%減)となりました。



第17期について

マルチブランド戦略とオムニチャネル戦略の開始

第17期は、ブランド開発のため、優秀な人材獲得と広告費に先行投資いたします。第17期においては、投資が先行するため利益を押し下げる要因になりますが、中長期的には、新ブランドが成長することにより、利益成長に大きく貢献すると考えております。

このマルチブランド戦略と販路拡大を目指すオムニチャネル戦略(※)により、新たな成長ステージを目指して参ります。

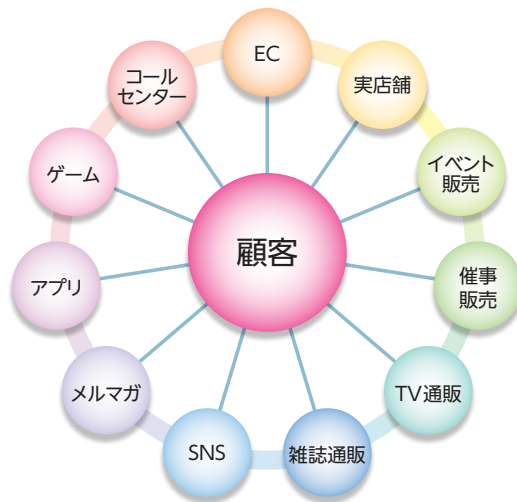
現状、当社のターゲットとしている顧客の範囲は、まだ狭い状況でありますので、新ブランドにより、新たな顧客層を獲得していけると考えております。また、国内のイーコマース市場も、大きな成長が見込まれています。

このような、経営環境のもと、高い成長率を実現し、企業規模の拡大と企業価値の向上を実現して参ります。

コラボ戦略

株式上場により高めることのできた信用力を背景に、有力他社(雑誌、リアル店舗、キャラクター)とのコラボレーションを展開していきます。すでに、ブランドの確立した他社とコラボレーションすることにより、新ブランドのブランド力を早期に高めて、短期間で売上の増加を狙います。

夢展望オムニチャネル相関図



※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、ソーシャルメディア、メルマガ、アプリ、ゲーム、コールセンター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時に、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です。

新ブランド

第17期のマルチブランド戦略として、①お洒落にチャレンジしたい大き目サイズの「ぽっちゃり系ブランド(plumprimo)」、②ギャルを卒業する顧客を対象とする「大人カジュアル系ブランド」、③将来、当社のメイン顧客となる「女子小学生向けブランド」、④現在の顧客と親和性が高く、かつ、季節変動が少ない「ランジェリーブランド」、⑤「レディーススーツブランド(luity)」、⑥「有力雑誌社とのコラボブランド」、⑦「有名小売店とのコラボブランド」の7ブランドを立ち上げる予定です。各ブランドの目標売上として、3年後に5億円程度の売上を目指します。

さらに、バック、コスメ、カラコン、オシャレ雑貨などの商材も強化していく予定です。

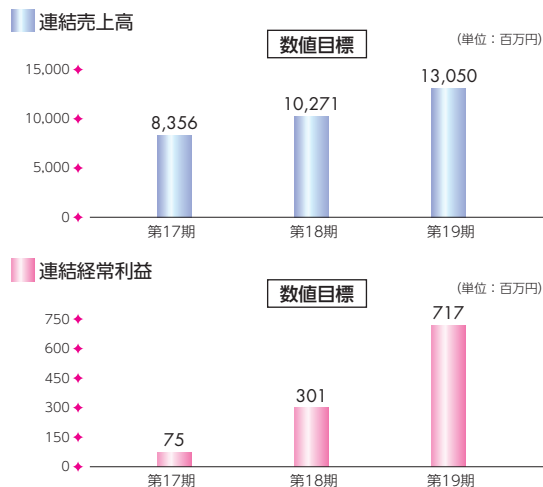
.....

中期経営計画について

第17期は、7ブランドを立ち上げる計画を進めております。第18期、第19期もそれぞれ、3ブランドから5ブランド程度立ち上げていきたいと考えております。3年で5億円程度の売上を目標とし、拡大が難しいと見込まれたブランドは早期に撤退をし、リスクを最低限に抑える方針です。第17期に関しては、マルチブランド戦略の開始年度となるため、人的投資やマーケティング費用が先行して発生します。また、ブランド開発の手法としてM&Aも選択肢に含めて考えていきます。

その結果、連結売上計画については、第17期8,356百万円、第18期10,271百万円、第19期13,050百万円を計画しております。

連結経常利益については、第17期75百万円、第18期301百万円、第19期717百万円を計画しております。



将来ビジョンについて

「女性をかわいくきれいにする会社」として、社員、お客様、株主様、取引先から愛され、社会から必要とされる価値の高い会社になりたいと考えています。そのために、対象年齢や取扱いカテゴリーを拡大し、ニッチ型ビジネスから、ライフスタイル提案型総合通販企業に進化していきます。将来的には、海外EC事業にも再チャレンジし、大手外資ファストファッション企業と戦える、グローバル企業を目指します。

Corporate Data / Stock Information

会社の概要・株式の状況
(平成25年9月30日現在)

会社の概要

社 名 夢展望株式会社
DREAM VISION CO., LTD.
設 立 平成10年5月
資 本 金 592百万円
本 社 大阪府池田市石橋三丁目2番1号
従 業 員 数 連結：296名 単体：125名

株式の状況

発行可能株式総数 3,936,000株
発行済株式の総数 1,404,000株
株 主 数 1,601名

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
岡 隆宏	536	38.18
田中 啓晴	72	5.13
ジャフコV2共有投資事業 有限責任組合	64	4.58
岡 美香	36	2.56
BNY FOR GCM CLIENT ACCOUNTS (E) ILM	34	2.47
金子 好之	21	1.50
岡 諒一郎	18	1.28
岡 駿志郎	18	1.28
池銀キャピタルニュービジネスファンド 2号投資事業有限責任組合	16	1.15
日本証券金融株式会社	15	1.08

株主メモ

事業年度 毎年10月1日から翌年9月30日まで
定時株主総会 毎年12月開催
基 準 日 定時株主総会 毎年9月30日
期末配当金 毎年9月30日
中間配当金 毎年3月31日
そのほか必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日
公告方法 当社のホームページに掲載いたします。
<<http://www.dreamv.co.jp>>
ただし事故その他やむを得ない事由により電子公告をすることができない
ときは、日本経済新聞にて掲載いたします。

【株式に関する住所変更等のお届出およびご照会について】

証券会社の口座をご利用の場合は、三井住友信託銀行ではお手続きができませんので、取引証券会社へご照会ください。
証券会社の口座のご利用がない株主様は、上記電話照会先までご連絡ください。

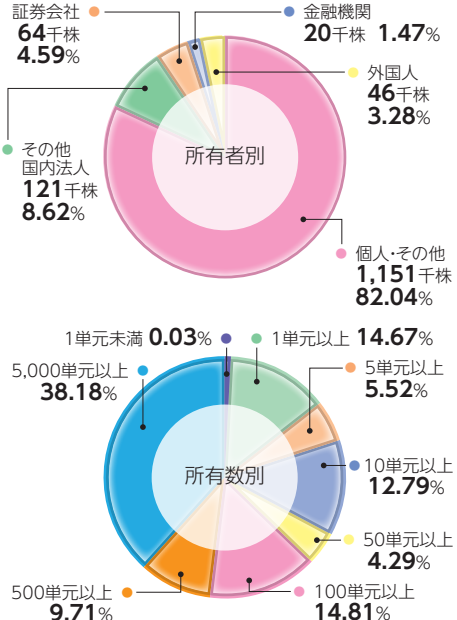
【特別口座について】

株券電子化前に「ほふり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていなかった株主様には、株主名簿管理人である上記の三井住友信託銀行株式会社に口座(特別口座といいます。)を開設しております。特別口座についてのご照会および住所変更等のお届出は、上記の電話照会先をお願いいたします。

役 員

役 名	氏 名
代表取締役社長	岡 隆宏
専 務 取 締 役	田 中 啓 晴
常 務 取 締 役	村 上 久 司
取 締 役	今 井 隆 一
取 締 役	阪 田 貴 郁
常 勤 監 査 役	吉 川 良 文
監 査 役	石 原 康 成
監 査 役	大 鹿 博 文

株 式 の 分 布 状 況



上 場 証 券 取 引 所 東京証券取引所
株 主 名 簿 管 理 人 お よ び 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
特別口座の口座管理機関 三井住友信託銀行株式会社
株 主 名 簿 管 理 人 大阪府中央区北浜四丁目5番33号
事 務 取 扱 場 所 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(郵 便 物 送 付 先) 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
(電 話 照 会 先) 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
インターネットホームページURL ☎0120-782-031
<http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html>

夢展望株式会社

大阪府池田市石橋3-2-1
TEL 072-761-9293



見やすく読みまちがえにくい
ユニバーサルデザインフォント
を採用しています。