



平成 26 年 5 月 27 日

各 位

会 社 名 夢 展 望 株 式 会 社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 岡 隆 宏
(コード番号：3185 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取 締 役 管 理 部 長 阪 田 貴 郁
(TEL. 072-761-9293)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	平成 26 年 5 月 22 日 10 : 00～11 : 00
開催方法	対面による実開催
開催場所	野村証券日本橋本社 6 階 野村 I R 説明会会場 東京都中央区日本橋 1-9-1
説明会資料名	2014 年 9 月 期 第 2 四半期決算説明会資料

【添付資料】

1. 決算説明会において使用した資料

以上

東証マザーズ：3185

夢展望

2014年9月期 第2四半期決算説明会



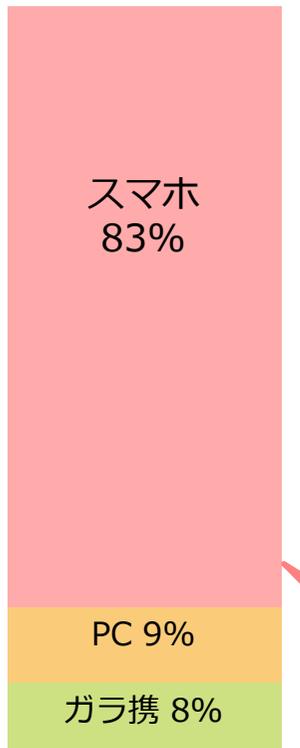
夢展望

I. 企業ハイライト

マルチブランド化とオムニチャネル戦略により、
ニッチ市場からさらなる規模と企業価値の拡大を目指す

主要商品と販売チャンネル

販売 チャンネル構成



(2014年4月末日)

スマホ経由
が急伸長！

F1層の若年層をメインターゲット
低価格、かつ夢展望でしか買えない独自性の高い商品



ガールズマーケット
10代後半～20代女性
市場規模：約1,700億円
(*)

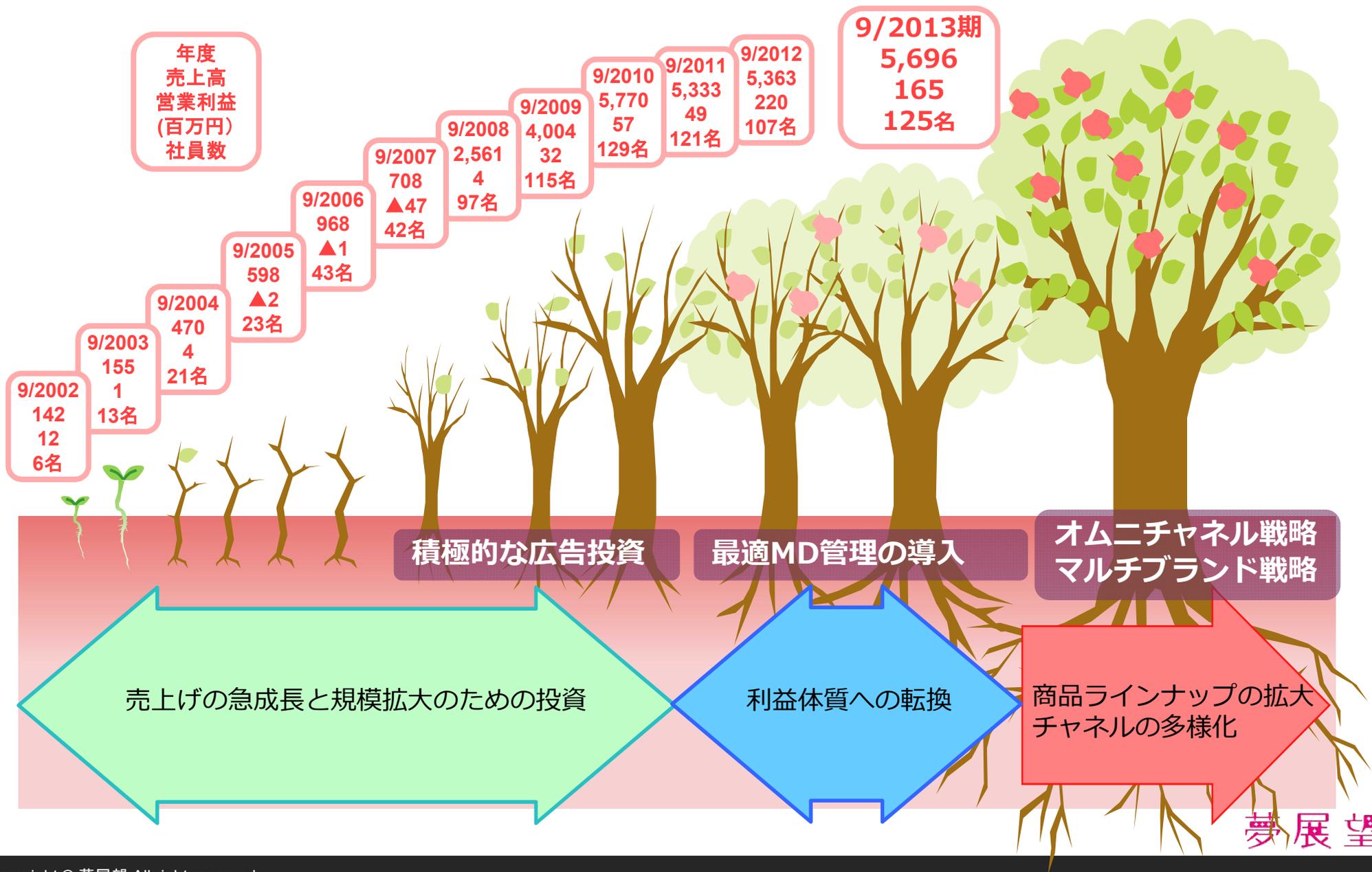


*東レ経営研究所による「ガールズマーケット」分析

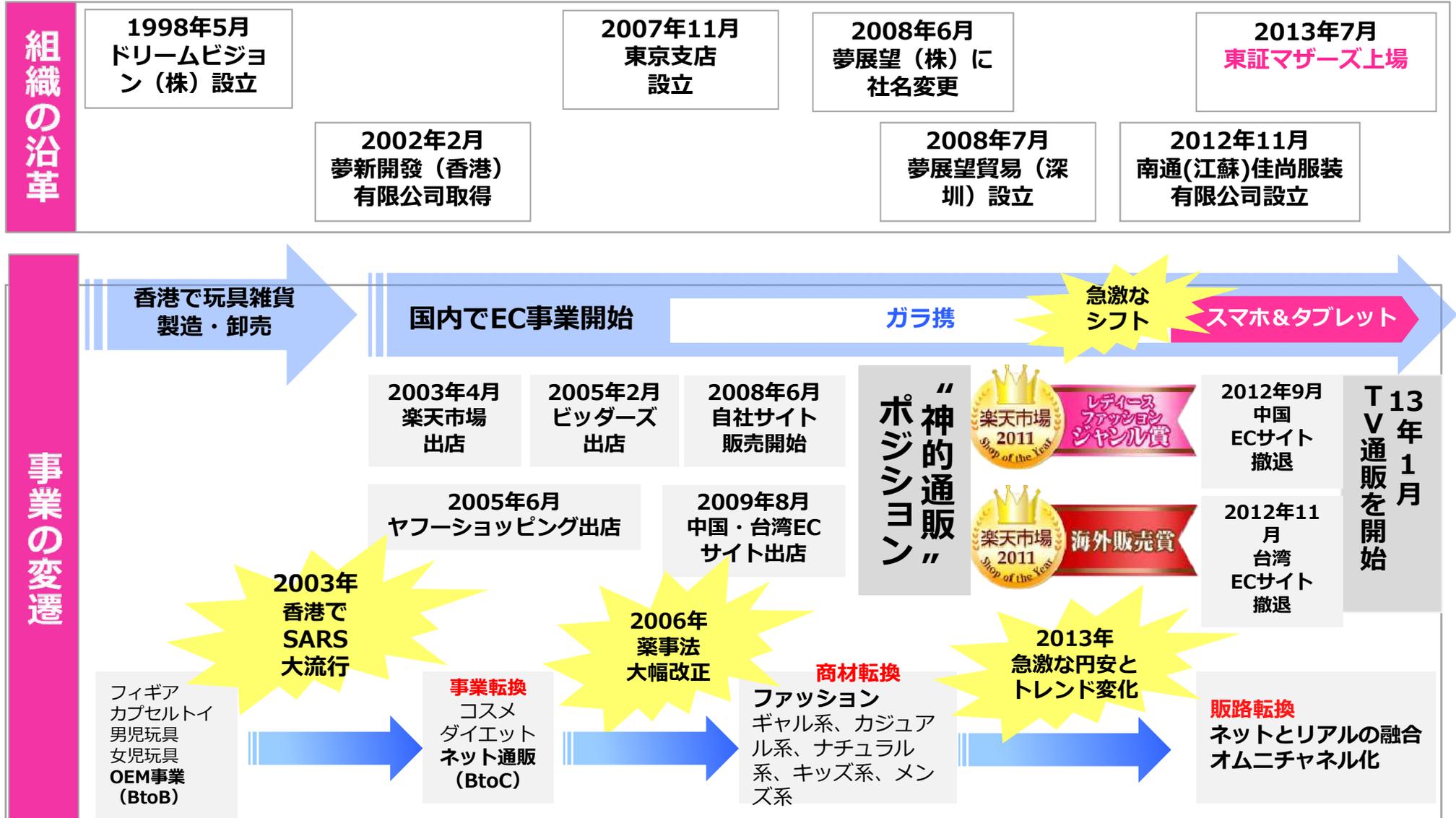
夢展望

業績動向の推移

～夢のある展望が開ける会社～



業態転換の歴史 顧客ニーズに合わせたピンチをチャンスに変える経営手法



夢展望

神的通販サイト(ニッチ)から、新分野への拡大へ

これまでに確立した
ニッチポジション

||

ギャル向けネット通販



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

Popteen 角川春樹事務所

現在進めている
新たなポジション



ギャル特化のイメージから脱却
し、最新のトレンド商品を提供す
るオムニチャネル企業へ

- ①ブランドの投入と廃止を継続的に行い
トレンドに沿ったブランドを展開する。
- ②ネット広告に依存するビジネスモデルか
ら、顧客開拓のためリアル店舗を活用
する。
- ③150万人の会員資産を有効活用する

夢展望

II. 業績の歩み

2014年9月期第2四半期の業績ハイライト

- ・ 連結売上高は、前年同期比4.5%増収の3,847百万円
営業利益は130百万円の赤字に

要因として

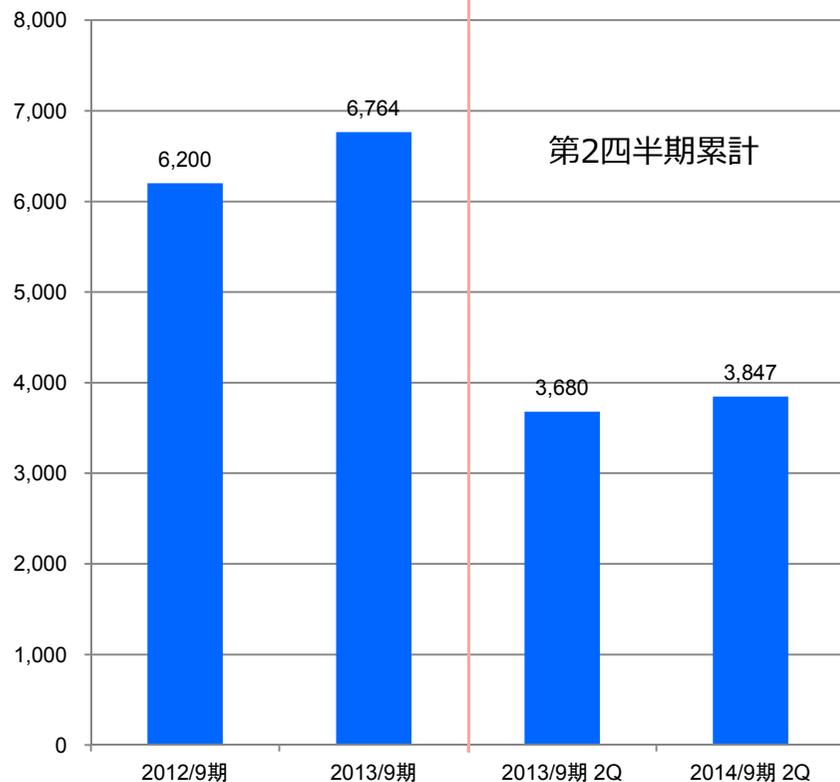
- ・ ギャルカテゴリー全般の不振
- ・ トレンドのズレ(ギャルの固定的イメージ)
- ・ 効果的なネット広告の減少

まず、既存顧客向けの販売の立て直しが優先事項。
トレンドに対応したブランドの追加投入とリアル店舗による
新規顧客の開拓を行う。
加えて、広告費も含めた販管費の見直し

連結業績の推移：2014年9月期 2Q（累計）

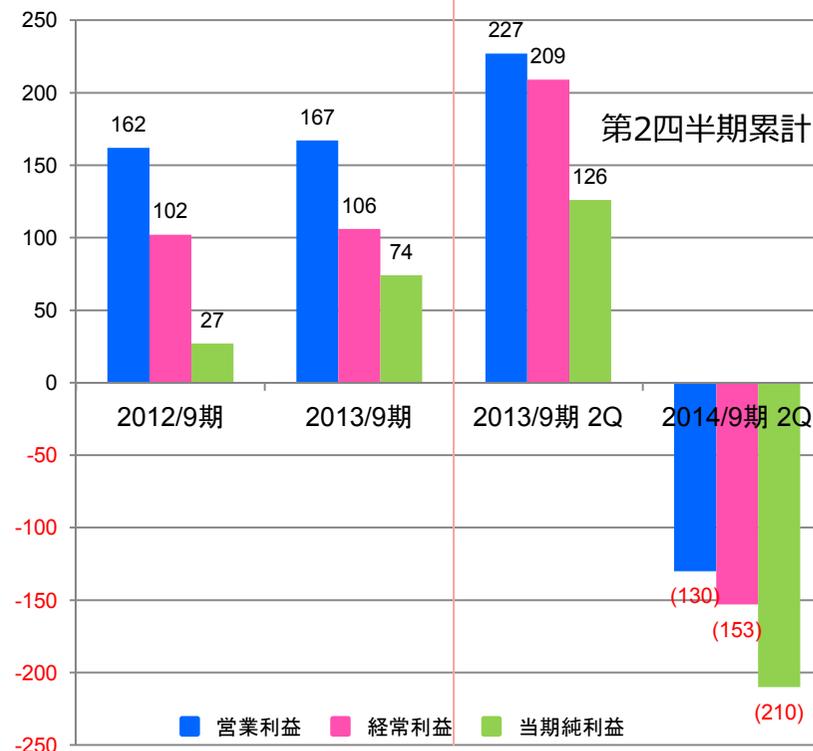
売上高

(単位：百万円)



利益

(単位：百万円)



- 前期比 売上高104.5%、利益に関しては赤字の結果
- 販管費の増加 110百万円
- 売上総利益の減少 243百万円(内、商品評価損 89百万円)

夢展望

財務指標の推移

(単位：百万円)

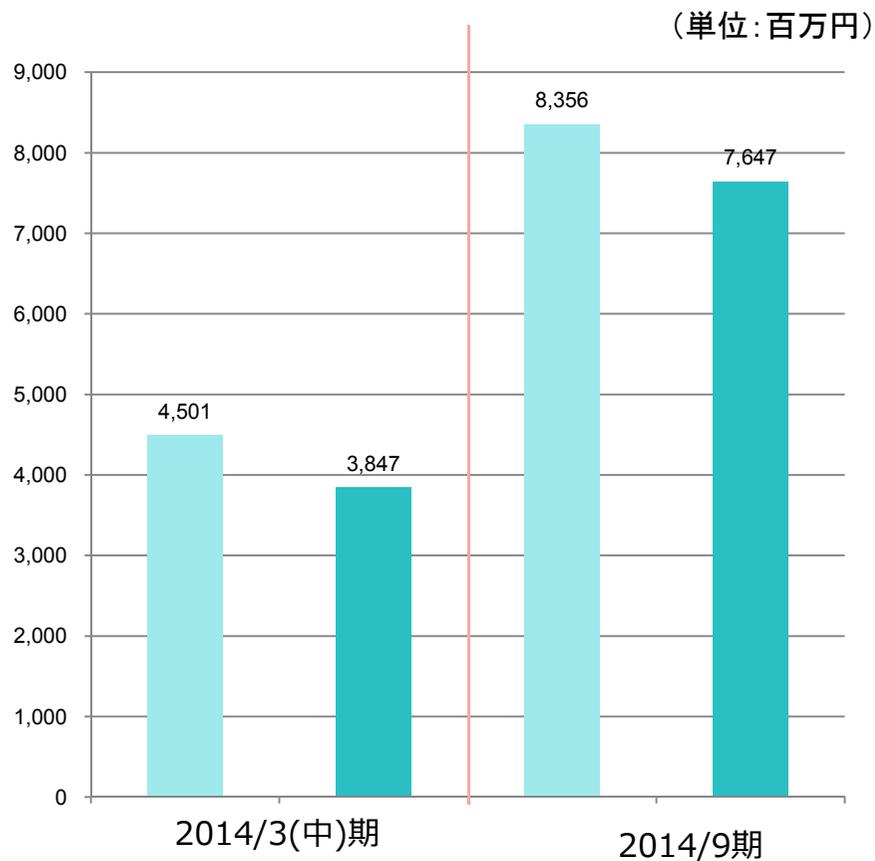
	2009/9期	2010/9期	2011/9期	2012/9期	2013/9期	2014/9期 第2Q実績
総資本	1,576	2,399	2,048 2,165	1,980 2,046	2,814 2,955	- 2,895
純資産	168	215	225 156	274 184	1,216 1,135	- 937
有利子負債	821	1,635	1,238 1,238	1,006 1,006	949 949	- 1,270
現預金	581	1,215	469 551	289 374	909 993	- 1,277
自己資本比率	10.7	9.0	11.0 7.2	13.9 9.0	43.2 38.4	- 32.4
総資産回転率（回）	2.5	2.4	2.6 2.7	2.7 3.0	2.0 2.3	- 1.3

2011/9期以降については、上段が単体、下段が連結

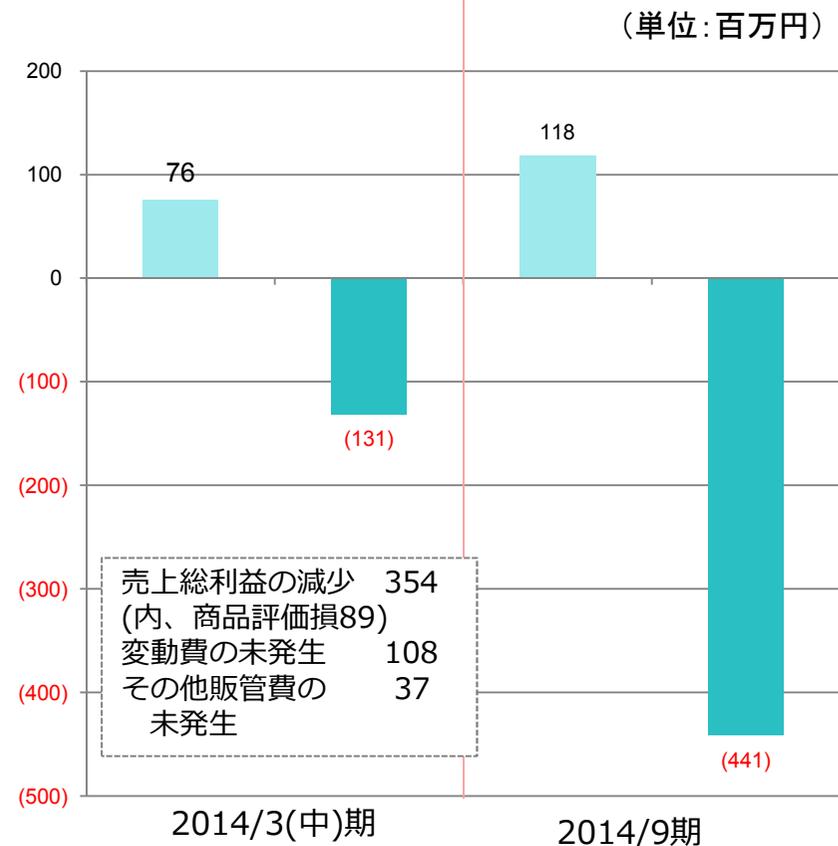
夢展望

業績下方修正(5月1日)と、その背景

売上高：期初予想と下方修正



営業利益：期初予想と下方修正



■ 売上及び売上総利益は減少するのに対し、固定販管費は、既存ブランド立て直しコストのため、当初予算に対し増額で計画

売上総利益の減少 (内、商品評価損89)	644
変動費の減少	132
人件費の増加	26
その他販管費の増額	21

夢展望

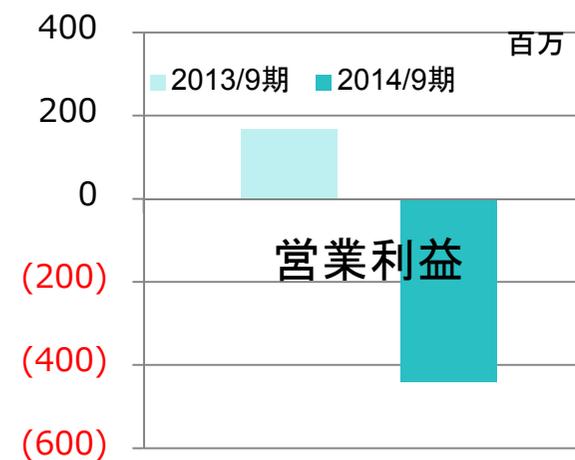
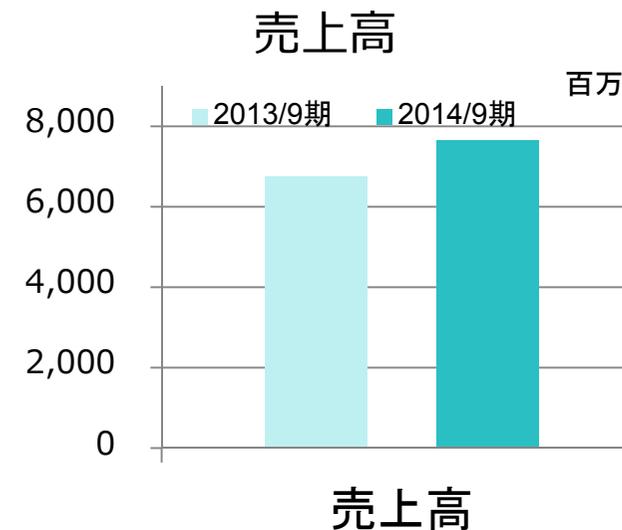
現状の経営課題と対策

現状の経営課題	要因	対策	対策開始時期
既存ブランド売上の減少	過去トレンドの慣性	<ul style="list-style-type: none"> ・トレンドに対応したブランド開発 ・最新トレンド情報を外部より定期的に入手 	短期
商品評価損の計上	閑散期の大量発注	分割生産、分割納品	短期
ネット広告の効率低下	<ul style="list-style-type: none"> ・アフィリエイト等による売上広告費率上昇 ・知名度向上による広告効果の低下 	<ul style="list-style-type: none"> ・リアル店舗による広告効果と初回購入の壁の打破 ・新規顧客獲得のフリーコスト化 	短期~中期
為替変動に伴う利益率の低下	円安による仕入単価上昇	商品値入の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・リアル店舗で商品に触れる機会を増やすことによりサイズや質感への信頼を高め、価格を引き上げる。 (中長期的な対策)	中長期

2014/9期業績予想

	2013/9	2014/9	変化
売上高	6,764	7,647	+13.1%
営業利益	167	△441	△608
経常利益	106	△482	△588
純利益	74	△568	△642

- 単体の売上増加額は約400百万円の見込み。当期は、既存顧客ターゲットと新規顧客ターゲットの新ブランドにより売上の再成長ステージを確立する。
- 販管費を再度見直し赤字幅を引き下げる。



夢展望

Ⅲ. 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

中期経営計画の変更の方向性

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
計画変更の 方向性	<ul style="list-style-type: none">・トレンドに対応できる体制の構築・リアル店舗を活用した低コストの集客モデルの確立・人件費前年比180百万円増額(単体)・広告費前年比150百万円増額(単体)	<ul style="list-style-type: none">・リアル店舗の活用による広告費の低減・継続的なトレンド対応体制の維持・売上増加と販管費低減により黒字化	<ul style="list-style-type: none">・投資と収穫の最適化による利益率向上

スマホ限定のマーケティングから、協業によるオムニチャネルへ
ファッションからダイエットコスメまで商材も拡大

徳間書店×夢展望

誌上通販×夢展望

QVC×夢展望

雑誌編集部×夢展望

タカラトミーアーツ×夢展望

アプリ×夢展望

有力他社（ブランド、小売店、キャラクター、出版社）との協業を増やし、顧客の「わくわくどきどき」を創出することにより、衝動買いを誘引するような購入機会（買い場）や仕組みを提供する。

リアル店舗の実施状況

場所	ブランド
3月 渋谷PARCO	mon Lily
4月 丸井 有楽町	IcOnIcFoRm
4月 109 阿倍野	Chocolatemonster
5月 109 阿倍野	夢展望(全般)
5月 阪神 梅田	Chocolatemonster
6月予 大阪	IcOnIcFoRm
7月以降予定	夢展望(全般) mon Lily

ブランドのローンチ状況

ローンチ済み	開発中
12月 plumprimo 大きいサイズ向けブランド	夏頃 カジュアル系
3月 monlily 徳間書店コラボブランド	夏頃 ナチュラル系
4月 IcOnIcFoRm 高価格ブランド	夏頃 ストリート系
4月 Chocolatemonster 女子小学生向けブランド	
5月 vivogue 下着ブランド	

ビジョン

世界で戦える企業、ブランドに飛躍し
永続的に発展する。

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。