



平成 28 年 6 月 22 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 専 務 取 締 役 管 理 本 部 長 田 中 啓 晴  
( 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 28 年 5 月 23 日 9 : 00 ~ 11 : 30

開催方法 対面による実開催

開催場所 大手町サンケイプラザ 301 号 - 303 号室  
東京都千代田区大手町 1-7-2

説明会資料名 2016 年 3 月 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

2016年3月期 決算説明会

2016年5月23日

夢 展 望

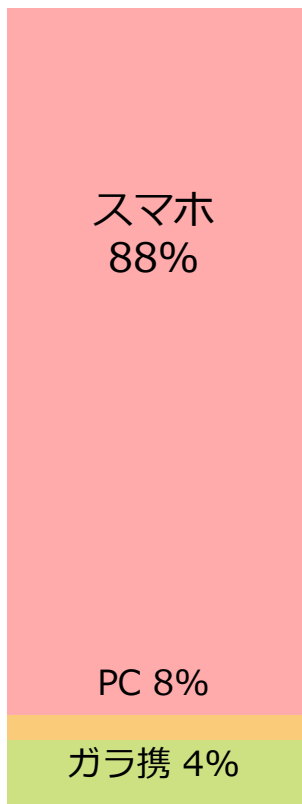
# I . 企業ハイライトと直近の状況

ギャルファッション中心のMDから  
強みであるSEXY・SWEET・TRENDの要素を再編へ  
健康コーポレーションとの連携で  
新たな成長ステージにチャレンジ

# 主要商品と販売チャネル

夢展望でしか買えない個性的な商品、競合の少ないニッチな市場に対するブランド展開を維持しつつ、それらのブランドと親和性の高いトレンド商品を展開

販売チャネル構成



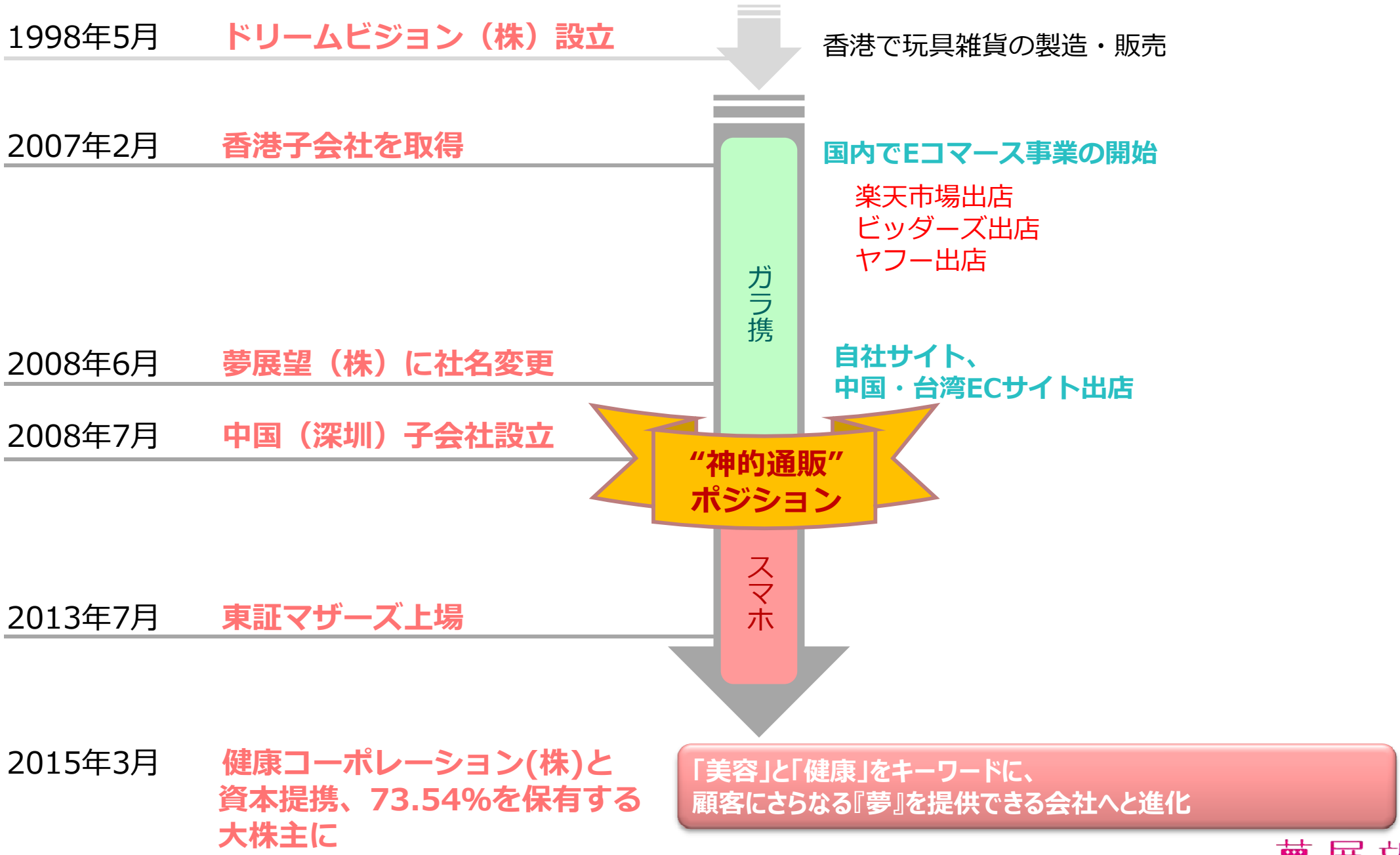
(2016年4月末日)



夢展望なら欲しいものが見つかる幅の広いMD

夢展望

# 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



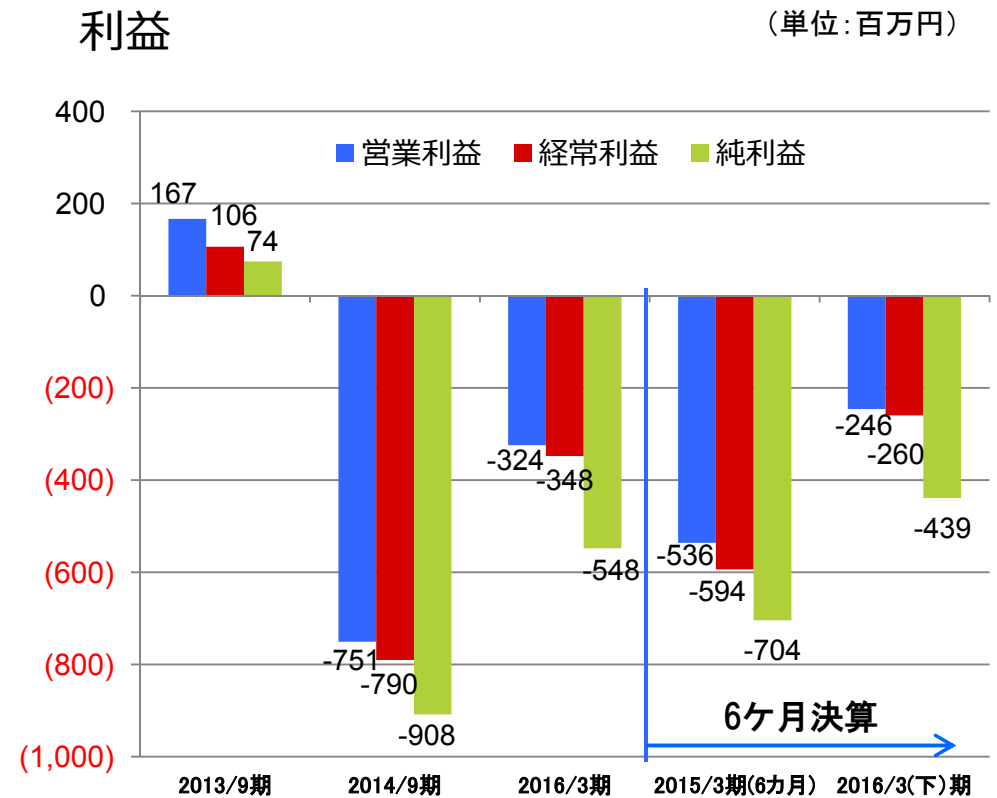
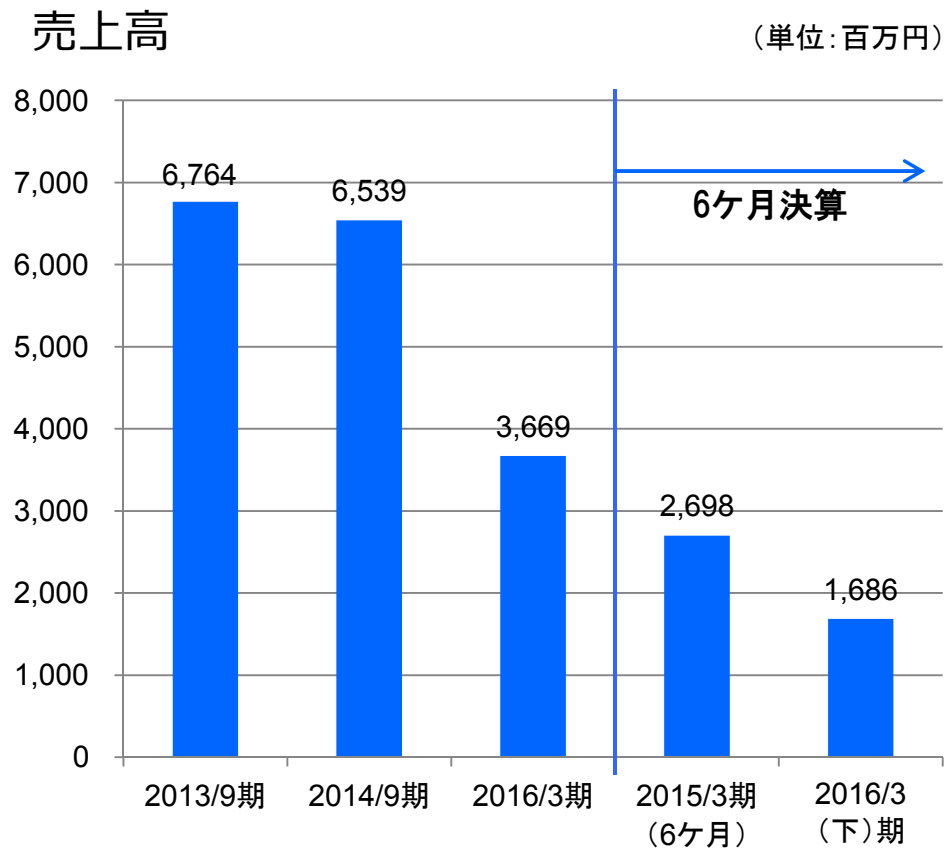
## Ⅱ. 業績の歩み

年初以降ブランドポートフォリオを大幅に見直し、会社が実力を発揮できる分野に資源を集中した結果、ボリュームゾーンとなっていた中間ブランドで大きく売上を落とし、前年同期比41.2%減収。

売上総利益率は、在庫コントロール精度の向上が奏功し、前期31.8%に対して、39.8%と大幅に改善した。  
販管費については、ほぼ全ての項目をゼロベースで見直した結果、前期の月間平均販管費232百万円から、同149百万円に削減された。

ブランドポートフォリオは「集中型」を一旦見直し、中間のトレンドミックス系ブランドを復活させる方向で見直し、2016年3月以降の品揃え改善に反映させる方向性

# 連結業績の推移：2016年3月期



夢展望は2015年3月から決算期を変更(9月期⇒3月期)、比較のため201603月期の業績数字は下期(201510～201603)の数値を採用

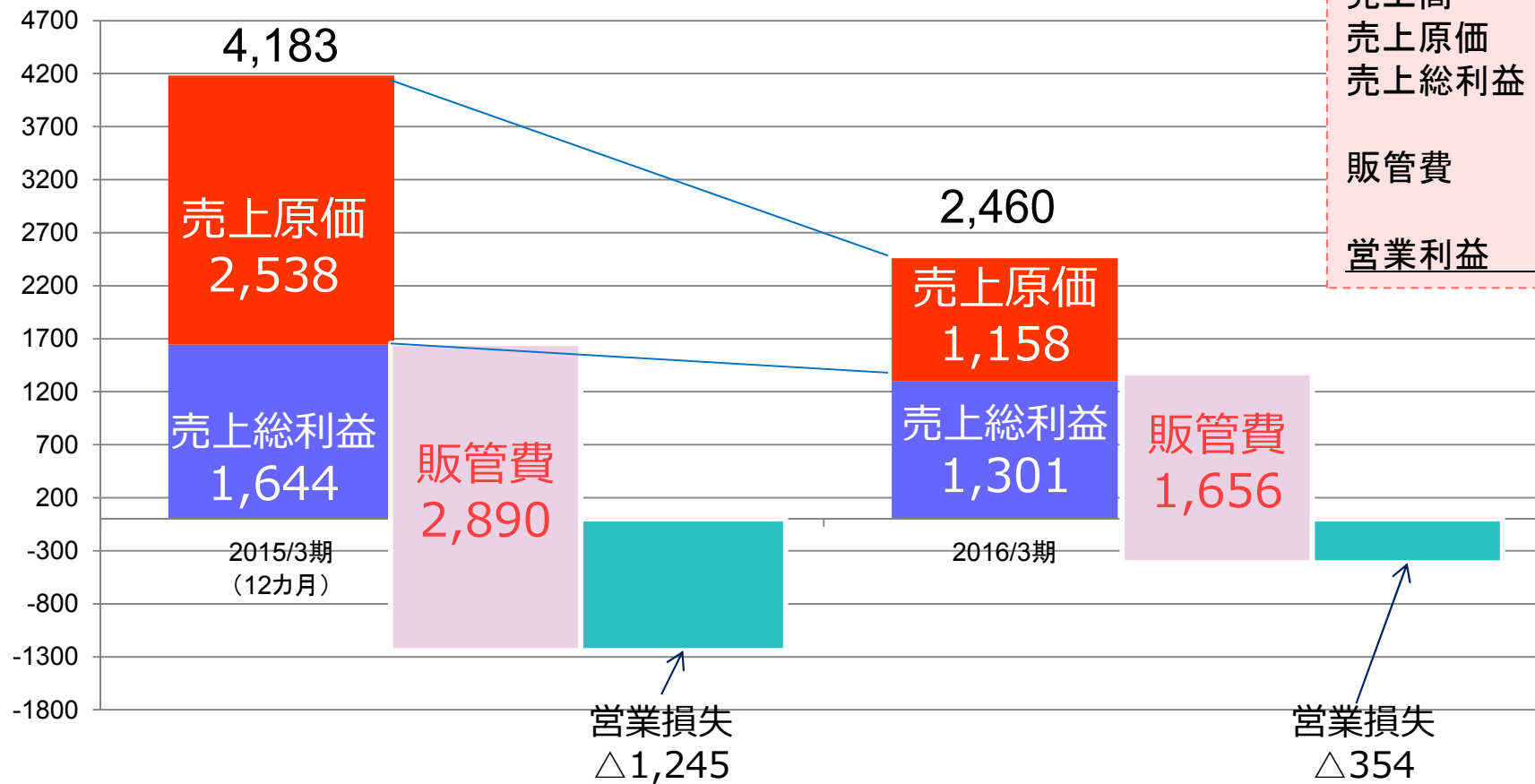
- ボリュームゾーンだった中間ブランドを廃止した結果、売上高が大きく減少
- 経費の効率的投入を徹底し、販管費を大きく削減
- 利益は前年同期で改善しているものの、赤字は脱却できず

夢展望



# 営業利益の分析

(百万円)



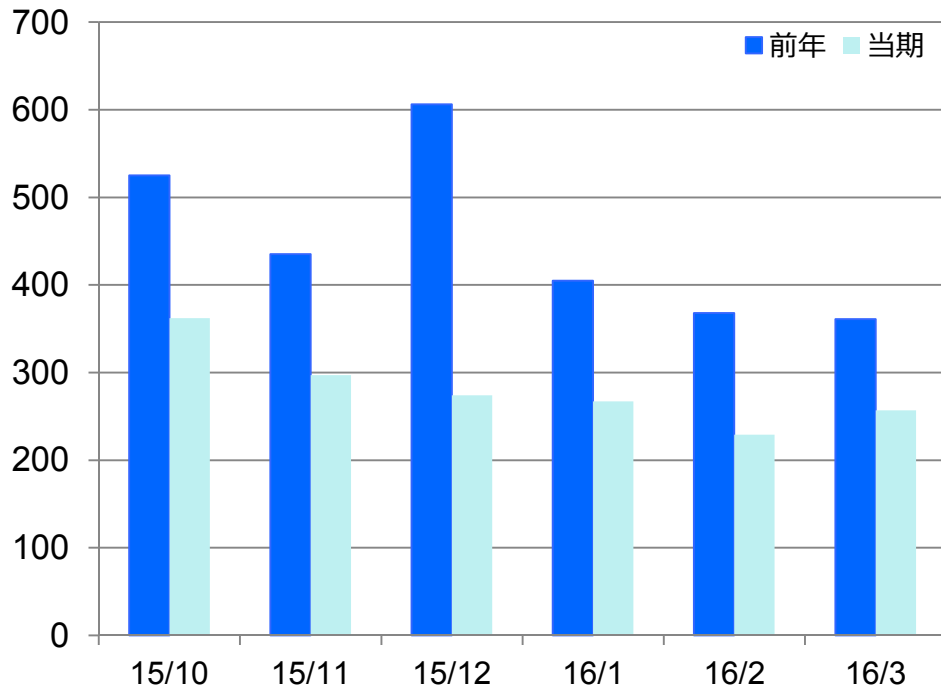
- ボリュームゾーンで売上を落とし、売上高は前年同期比△41.2%に
- 減収に伴い原価が大きく低減、販管費は効率的資源活用をメインに大きく削減
- 主に販管費の減少をドライバーに、営業利益は前年同期比8億円以上の改善に

夢展望

# 2016年3月期 月次売上高、営業利益の推移(連結)

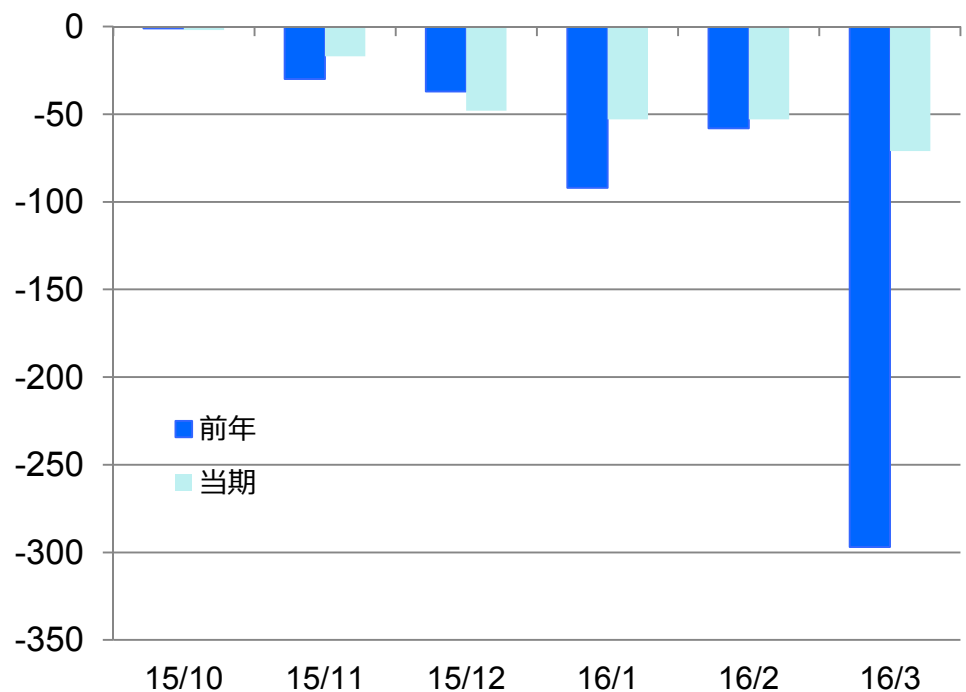
## 売上高

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



- 各月売上高はいずれも前年同月比減収、ブランド廃止の影響が大きい
- 利益は10月以降低空飛行を続けるが、赤字幅は確実に縮小している。

# 2016年3月期 EC事業ブランド別売上高要因分析(単体)

	売上高	構成比	前年比	対前年差異	差異のシェア
DearMyLove	103,372	4.2%	52.2%	-94,485	5.5%
Newlyme	183,432	7.5%	14.7%	-1,065,266	61.8%
mon Lily	104,580	4.3%	110.3%	9,759	-0.6%
LN-K	1,405	0.1%	14.4%	-8,333	0.5%
Diable baiser	313,304	12.7%	72.0%	-122,020	7.1%
luity	80,228	3.3%	36.3%	-140,966	8.2%
グッズ	654,986	26.6%	67.4%	-317,262	18.4%
CheLic	138,016	5.6%	179.3%	61,042	-3.5%
Rinamour	70,859	2.9%	110.1%	6,506	-0.4%
plumprimo	77,077	3.1%	53.5%	-66,996	3.9%
MaryRose	240,676	9.8%	1428.2%	223,824	-13.0%
大阪ブランド合計	1,967,935	80.0%	56.5%	-1,514,196	87.9%
その他ブランド	33,484	1.4%	24.6%	-102,733	6.0%
EC売上高合計	2,001,419	81.4%	55.3%	-1,616,930	93.8%

- 卸販売の減少、値引きの減少による単価上昇
- ブランド減少による売上数量の大幅減少

# 利益差異要因分析(前年同期比)

利益への影響額	金額 (百万円)	計算式等
アパレル売上高差異	△1,723	売上減少に伴う貢献利益の減少額
アパレル売上総利益率差異	1,380	仕入抑制による評価損の計上回避
販売手数料率差異(単体)	99	ほぼ横ばいの状況
運賃梱包費率差異(単体)	176	売上減少に伴う運賃梱包費の減少額
広告費率差異(単体)	325	ブランド休止により広告費を抑制
固定販管費差異(連結)	646	リストラクチャリングによる固定コストの抑制
玩具事業貢献利益差異	△17	ほぼ横ばいの状況
その他差異	5	
連結営業利益差異	891	

# 財務指標の推移（連結）

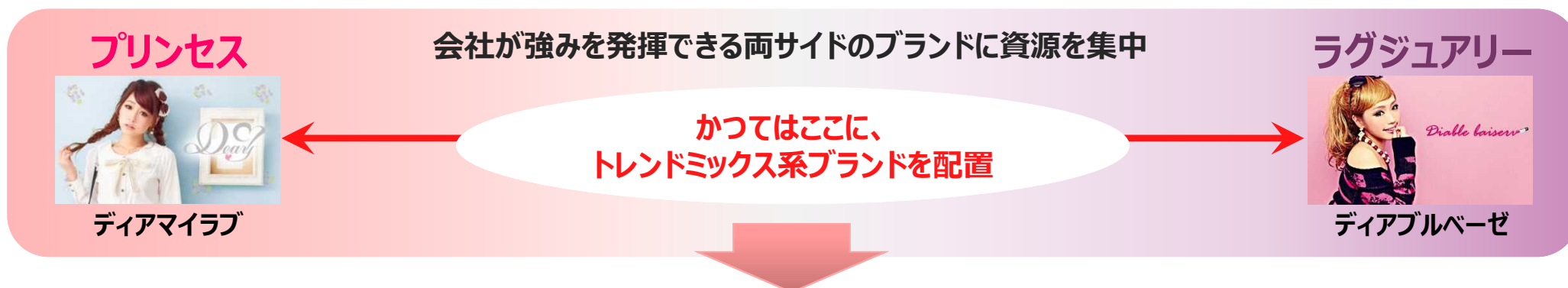
（単位：百万円）

	2011/9期	2012/9期	2013/9期	2014/9期	2015/3期	2016/3期
総資本	2,165	2,046	2,955	2,338	2,070	1,309
純資産	156	184	1,135	232	306	△244
有利子負債	1,238	1,006	949	1,353	1,105	1,160
現預金	551	374	993	916	1,077	599
自己資本比率	7.2	9.0	38.4	9.9	14.8	△18.7
総資産回転率（回）	2.7	3.0	2.3	2.8	—	2.8

## Ⅲ. 2017年3月期の展望

# ブランドポートフォリオの再構築

## 2015年2月からのブランド戦略：ダンベル型



ボリュームゾーンのトレンドミックス系ブランドで客数、売上高を落とす

## 2017年3月期に向けたブランド戦略：ラダー型

➤トレンドミックス系ブランドの復活

➤テイストごとに最適効率でトレンドミックス系ブランドを配することで、「コーディネート提案」、「送料無料ライン（5400円～）を意識したまとめ買い誘発」などの可能性を喚起。

トレンドミックス系ブランドを効率良く販売する為に、商品説明ページ等の『接客要素』を強化。

➤相対的に経費率を抑えながら売上高を最大化する

## これまでのMDにおける課題

- **顧客の購買動向と乖離したMD方針**
  - ギャル系ブランドの衰退。夢展望顧客の購買状況等を勘案したMD計画を構築出来ていなかった。
- **MDに関わる仮説・検証プロセスに弱み**
  - 企画から生産～販売に至るMDプロセスが一气通貫にマネジされておらず、製販の連携も不足していた。
- **MD方針変更に伴うタイムラグの発生**
  - 中間期段階でのMD見直し方針立案後、ただちに商品が変更・修正できる訳では無い為、MD変更までのタイムラグに更に売上を落とした。

## 2017年3月期に向けた改善策

- **人員の補強と、MDチームの再編**
  - 夢展望最盛期のMDが複数復帰し、企画力の厚みは大幅に改善
  - 商品企画から、モデル選定、撮影方針、サイト内での商品説明まで一气通貫にコントロールするチーム編成を実施し、顧客への訴求力を大幅に強化して行く
- **生産と販売のベストマッチへ**
  - 「適品・適時・適量」の投入制度を実現することを目標に『製販』共通の取組へ
- **ネットマーケティングを最大限に活用**
  - 健康コーポレーションの強みであるアフィリエイトノウハウの共有・強化や、CRM施策の強化等を通して新規顧客獲得を徹底



『出血』を止め、赤字体質から脱却

⇒ブランディング再強化、MD改革を実現することで、成長路線への復帰へ

夢展望は成長手段として新たなパートナー「健康コーポレーション」としっかりタッグを組んで、企業価値の最大化に向けてチャレンジしていきます

## 両社で進行中のプロジェクト

- 出向による人員交流
- 月次モニタリングによる経営管理の向上
- 健康コーポレーションの強みであるアフィリエイト等のノウハウ共有と活用

# 2017/3期業績予想

	2016/3期 (1年間)	2017/3期 (予想)	変化 (百万円)
売上高	3,669	3,797	—
営業利益	△324	26	黒字転換計画
経常利益	△348	4	黒字転換計画
純利益	△548	0	黒字転換計画

- コスト削減で赤字を最小化、通期での黒字転換実現を目指す
- 夢展望のお客様を意識した『MD構造改革』と『営業改革』をしっかりと実行することで、翌期以降の再成長路線復帰に向けて地盤を固める
- 次期ECシステムの見直し等、コスト削減と機能強化を推進。