



平成 29 年 8 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 濱 中 眞 紀 夫  
(コード：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 29 年 8 月 9 日 18：10～18：20                                   |
| 開催方法   | 対面による実開催                                                      |
| 開催場所   | マンダリンオリエンタル東京<br>東京都中央区日本橋室町 2-1-1<br>マンダリンオリエンタル東京グランドボールルーム |
| 説明会資料名 | 2018 年 3 月期第 1 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

夢 展 望



# 2018年3月期 第1四半期決算説明会

2017年8月9日

夢展望株式会社

代表取締役社長 濱中 真紀夫

(東京証券取引所マザーズ 証券コード3185)

- 第1四半期としては、上場来初※の黒字化達成
- 各販路の顧客属性に則したMD強化により、既存事業の営業利益が前年増減+74百万円と大幅拡大
- 新規事業であるコンサルティング事業が、RIZAPグループとの連携により順調に推移
- 2017年4月にグループ入りしたトレセンテが単月黒字化を達成

※決算期を変更している為、2015年以前は4－6月と比較

# 2018年3月期 第1四半期決算概要

## 上場来初 第1四半期（4月-6月）で黒字化

（単位：百万円）

|        | 2017年3月期<br>第1四半期 | 2018年3月期<br>第1四半期 | 増減額   | 増減率    |
|--------|-------------------|-------------------|-------|--------|
| 売上収益   | 674               | 1,293             | 619   | 191.8% |
| 売上総利益  | 255               | 709               | 454   | 278.0% |
| 売上総利益率 | 37.8%             | 54.8%             | 17.0% | —      |
| 営業利益   | △73               | 756               | 829   | —      |
| 税引前利益  | △78               | 750               | 828   | —      |

## 通期計画に対して順調に進捗

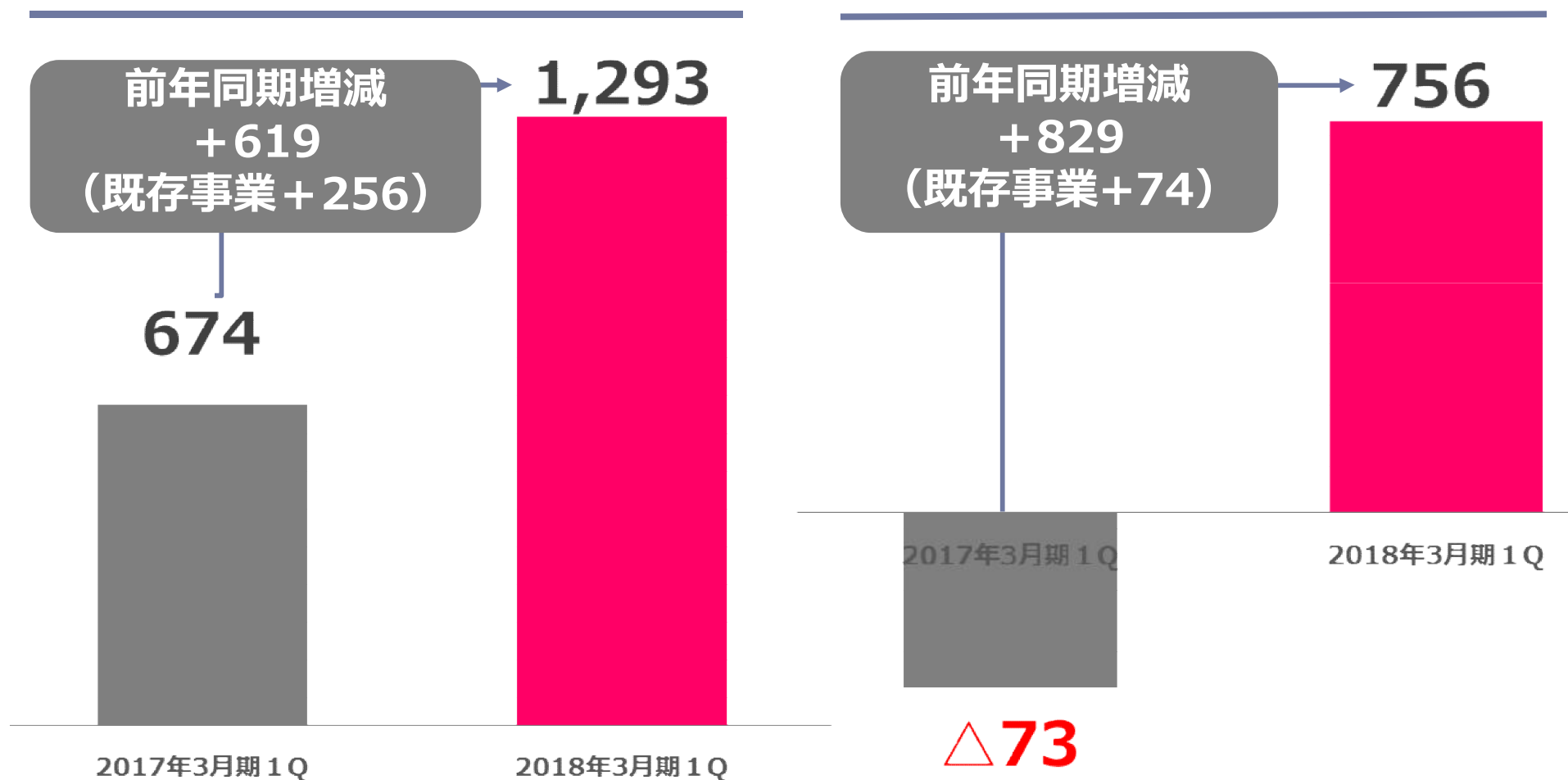
(単位：百万円)

|        | 2018年3月期<br>第1四半期実績 | 2018年3月期<br>通期計画 | 進捗率   |
|--------|---------------------|------------------|-------|
| 売上収益   | 1,293               | 5,283            | 24.4% |
| 売上総利益  | 709                 | 2,553            | 27.7% |
| 売上総利益率 | 54.8%               | 48.3%            | —     |
| 営業利益   | 756                 | 780              | 96.9% |
| 税引前利益  | 750                 | 757              | 99.0% |

## 大幅増収・黒字化達成

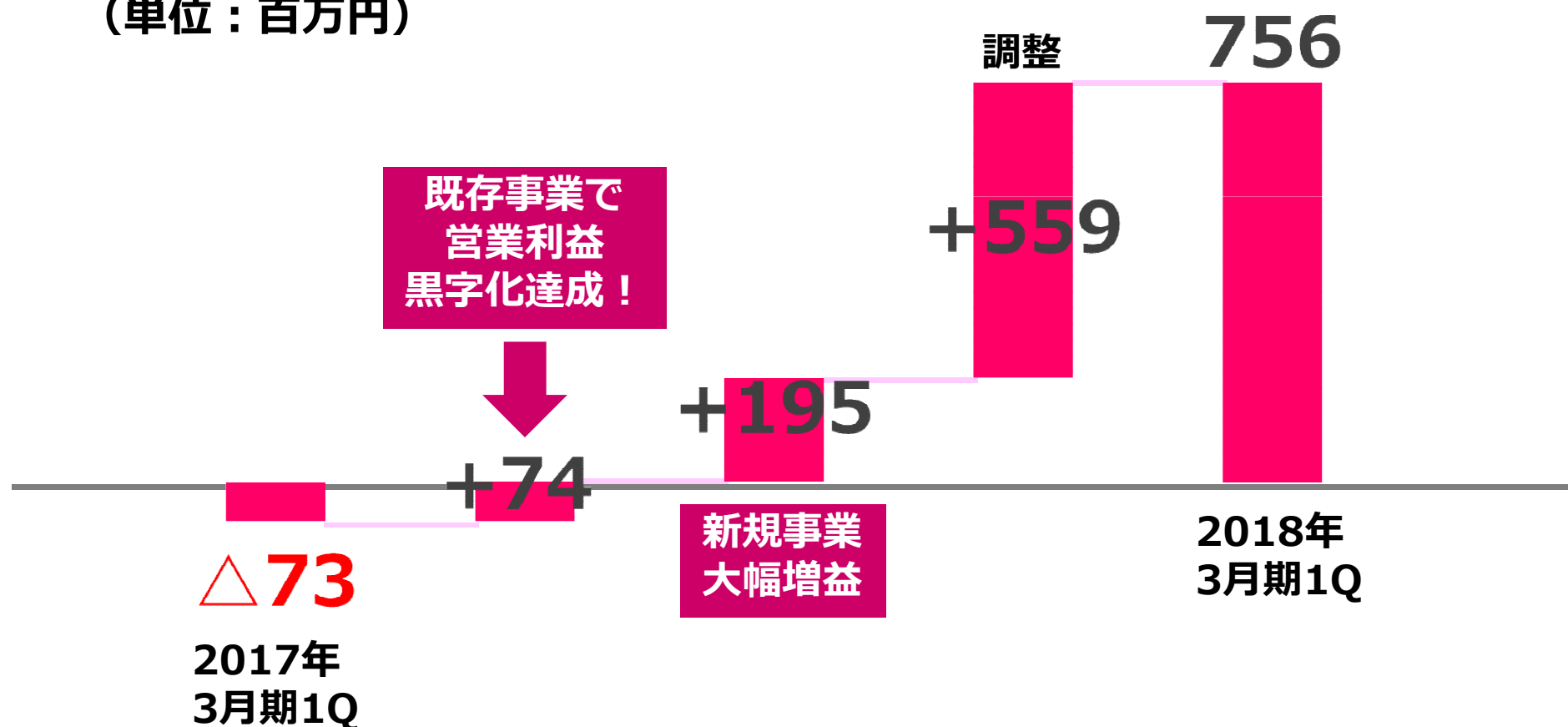
連結売上収益（百万円）

連結営業利益（百万円）



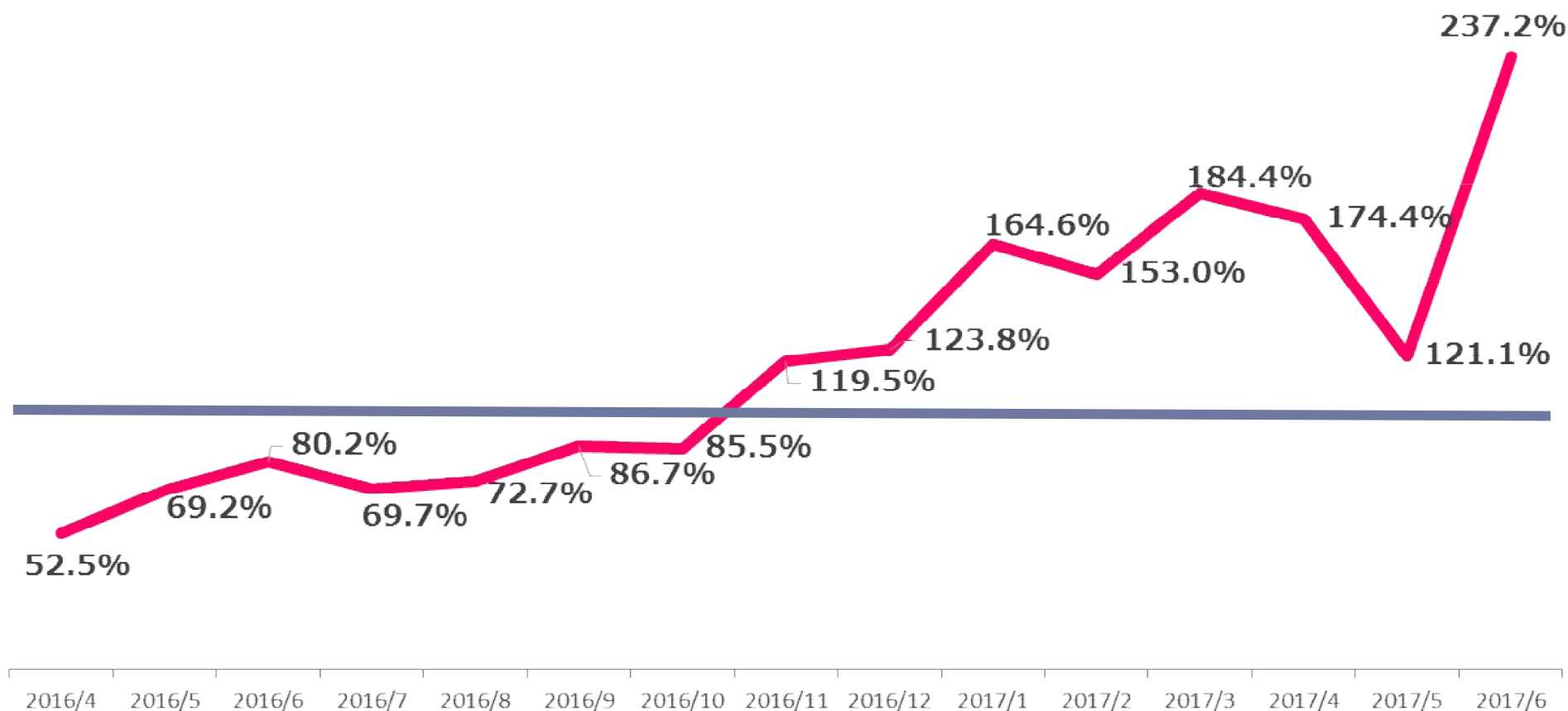
## 既存事業が大幅増益し、黒字化達成 新規事業も極めて順調な立ち上がり

(単位：百万円)





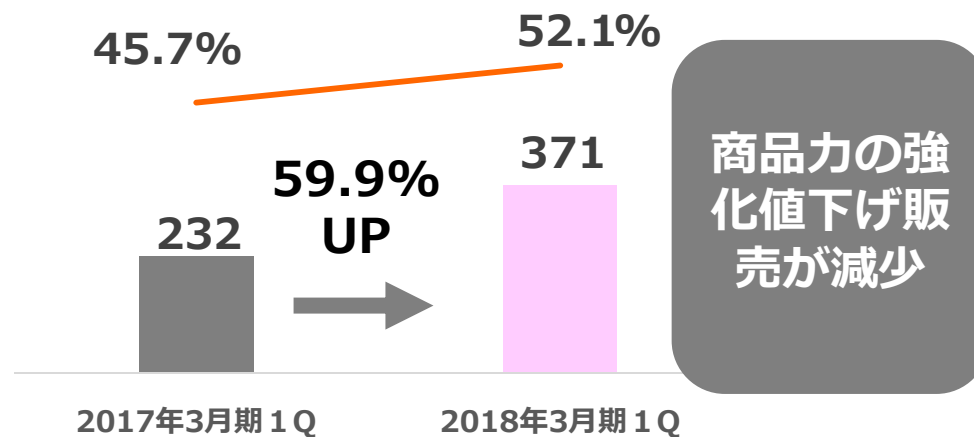
2016年11月から常に  
売上前年比100%超えを達成



# アパレル事業 KPI①

夢展望

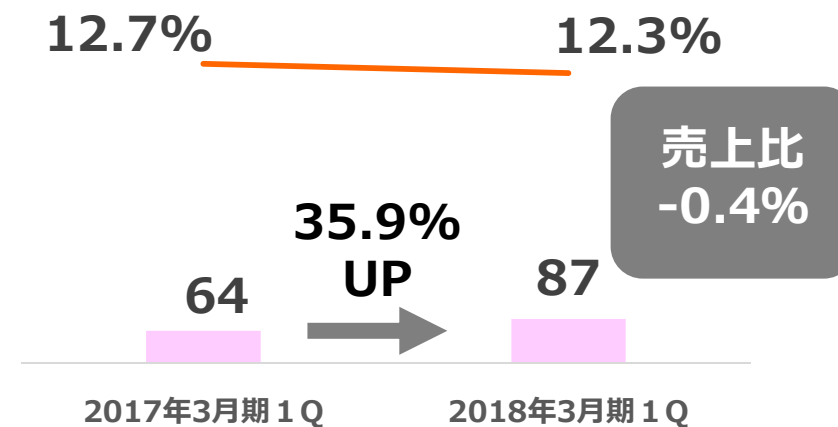
## 売上総利益



売上総利益 売上比

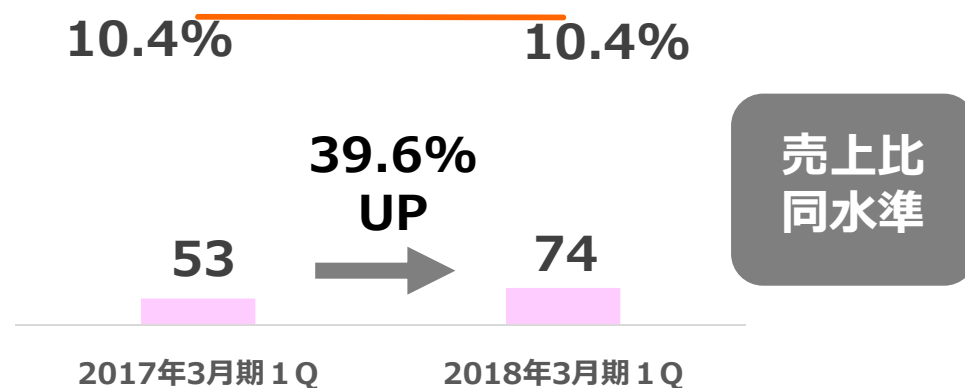
## 運賃梱包費

(単位：百万円)



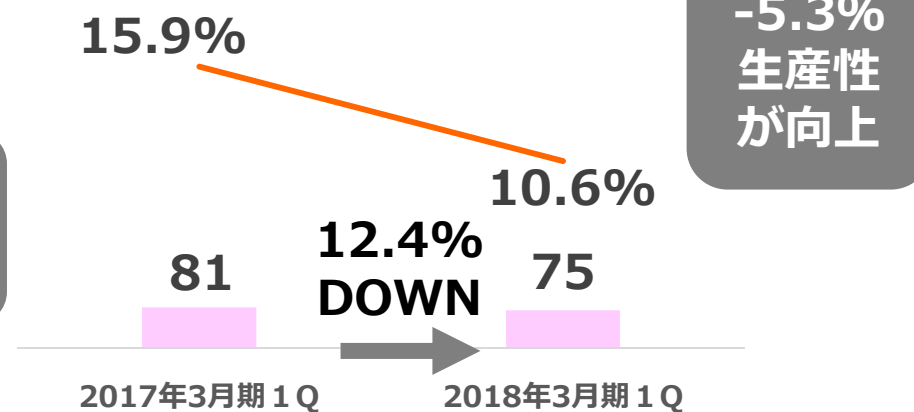
運賃梱包費 売上比

## 広告宣伝費



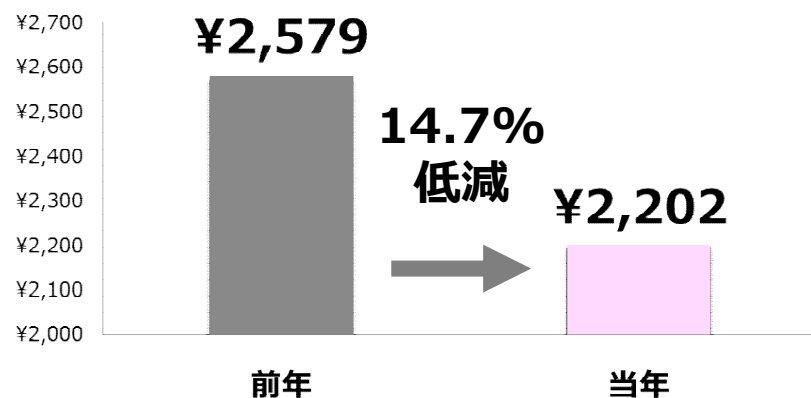
広告宣伝費 売上比

## 人件費

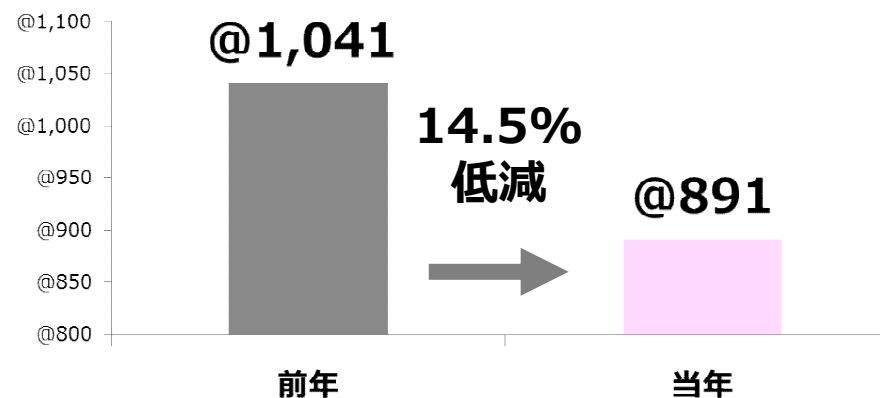


人件費 売上比

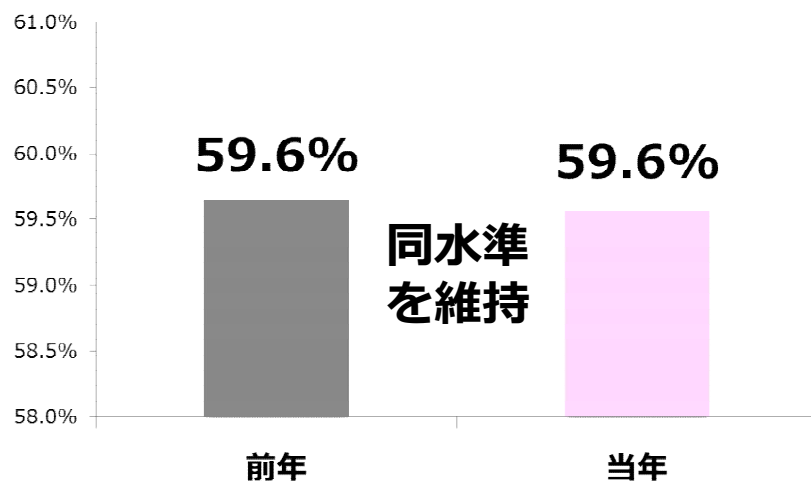
## 平均投入売価（前年比較）



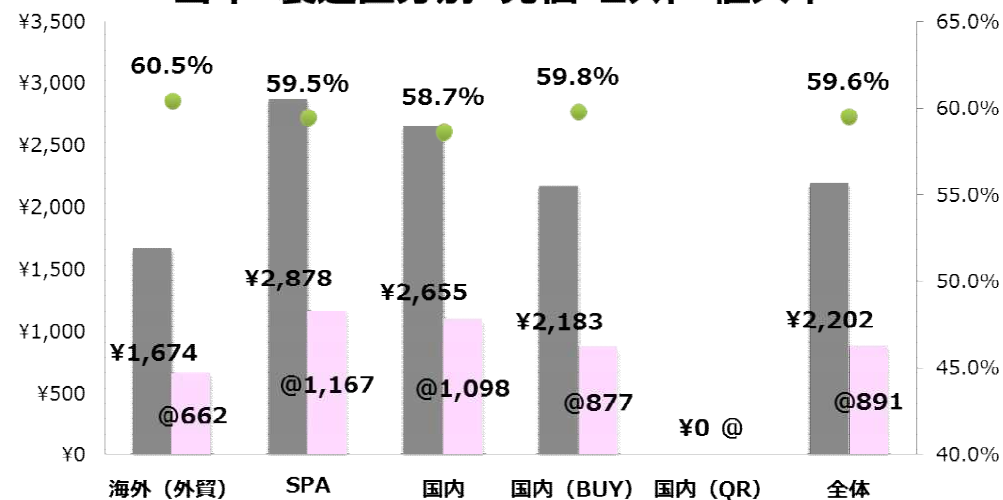
## 平均投入単価/原価（前年比較）



## 値入率（前年比較）



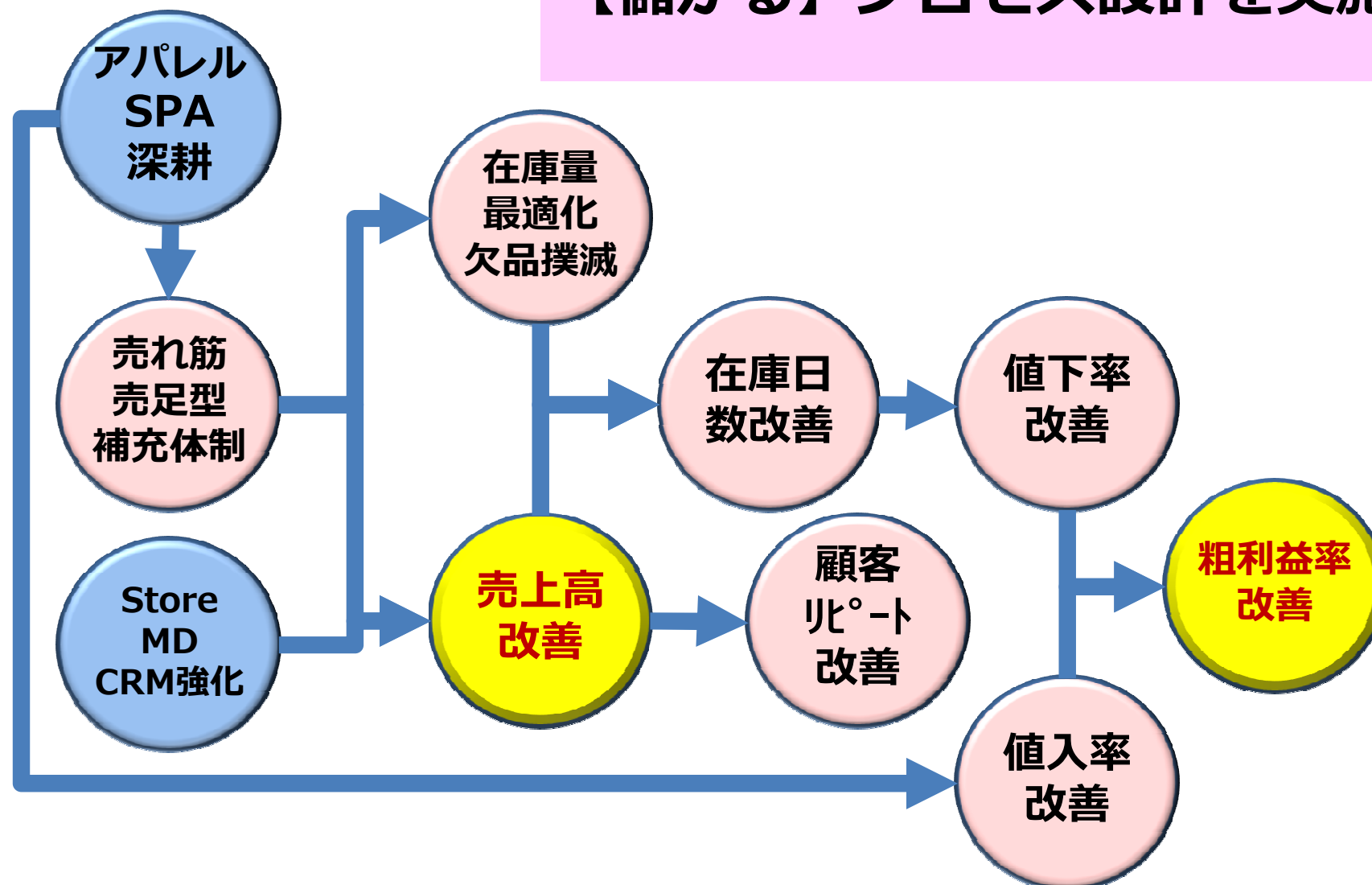
## 当年 製造区分別 売価・コスト・値入率



# 成長戦略

## 戦略の全体像①

### 【儲かる】プロセス設計を実施



## 戦略の全体像②

### 主力4ブランドの強化を軸とした成長路線への転換

- 1 既存セグメント強化
- 2 SPA深耕を中心とする商品力の強化
- 3 新規事業
- 4 M&A

## 成長の礎

### 1 既存セグメントの成長

#### 取組

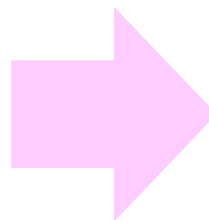
- 各販路の顧客属性に則したMD強化
- 新規販路の開拓
- CRMとMA(マーケティングオートメーション)の強化
- 新規事業の立上げ×グループシナジーの取り組み強化

・ 顧客数増加 ・ 店舗別売上増 ・ ランキング商品数増加

## MD強化

### 各販路の顧客属性に則したMD強化

- 店舗の顧客に合わせたVMDの開始  
⇒ モールによってモデル、スタイリング、撮り方を変更



※ 同じ変形タイトスカートでも大きく見え方を変更



### MD強化

自社サイト（20代向け）



ミニ丈タイトスカート



楽天等（30代向け）



## 販路の拡大

MAGASEEK



d fashion



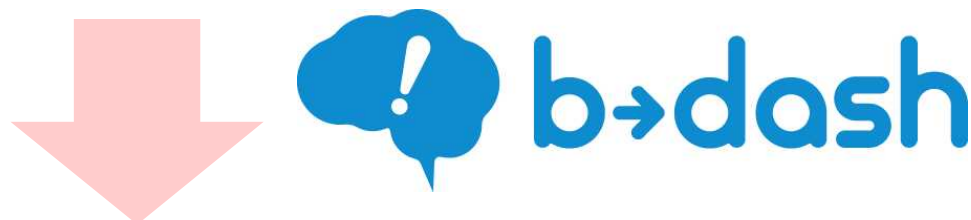
新規販路として、  
**MAGASEEKと  
d fashionを  
5月26日より  
販売開始**

## CRM推進

 from scratch

# フロムスクラッチ社との協業を開始 「b→dash」の活用を推進

- AI・ビッグデータ技術を活用した  
デジタルマーケティングトランスフォーメーションを推進



リピート率増加⇒LTV※増加

※LTVとは、Life Time Value(ライフタイムバリュー)の略で、一人、あるいは一社の顧客が、特定の企業やブランドと取引を始めてから終わりまでの期間内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したもの



## 発注精度の向上

# シナジーマーケティング社との 共同研究開始

- AI・ビッグデータ技術を活用した価値観・  
ニューロマーケティング※の共同研究を開始



## 効率的な在庫管理と商品開発の実現

※ニューロマーケティングとは脳波データを中心に各種センシングデータや簡易評価アンケートデータを脳科学にもとづき自動統合し、“誰でも理解できる”レベルで脳波データを解釈可能にします。測定の対象は「モニターで表現できるクリエイティブを用いた顧客体験」、つまりCMやWeb広告、ほかに商品開発などにも応用可能です。

## 成長の礎

2

### SPA (製造小売) 深耕を中心とする商品力の強化

#### 取組

- SPAの強化  
(年間製造ラインを確保し、仕入原価の低減とリードタイム※短縮を図る)
- トрендと夢展望独自のエッセンスを加えた商品企画
- 新カテゴリーの拡大

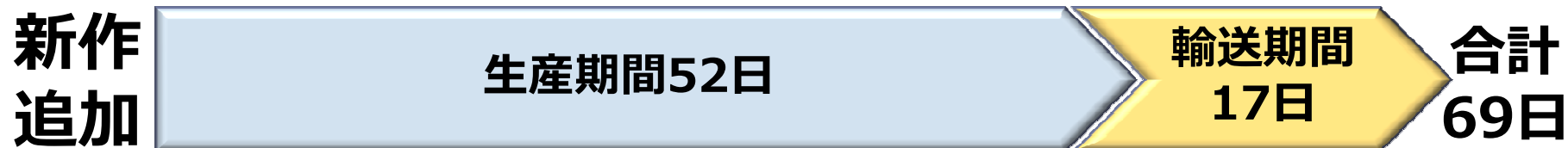
・ 原価低減 ・ 欠品率低減 ・ ランキング商品数増加

※工程に着手してから全ての工程が完成するまでの所要期間

### 商品力

## SPA委託工場とのLT短縮への取組にチャレンジ

昨年



今年



※追加生産の場合は半製品(生地)を備蓄し、発注後即完成品を生産する方法でリードタイム短縮を図る。

## 成長の礎

3

### 新規事業の立上げ×グループシナジー創出

#### 取組

- アパレルEC業界におけるトップクラスの実績を活かしたECコンサルティングサービスの立上げを開始  
システム構築からWebマーケティング、物流まで、一貫してノウハウを提供

新たな収益源の創出

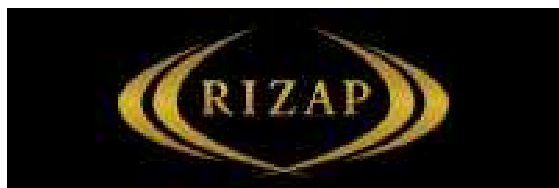
## グループシナジー＋新規事業

RIZAPグループ  
各社への  
EC業務・物流業務  
支援開始



コンサルティング拡大  
新たな収益の柱へ成長

■2017年6月20日  
親会社とのECプラットフォームのプランニング等  
に関する業務委託契約を締結



JEANS *Mate*

MISUZU

PASSPORT

*Auntie Rosa*

⇒グループのECプラットフォームにかかる上流工程のコンサルティング及び  
グループ各社のEC化を推進するにあたってのソリューション提案を受託



## 成長の礎

4

# M & Aの活用

- ① 規模の拡大・シェアの拡大
- ② 事業の多角化・隣接業種への進出
- ③ 新規事業や市場への参入
- ④ EC等のノウハウを活かした  
対象会社の価値向上

飛躍的な売上の拡大を実現

## M&A

### 2017年4月28日プレスリリース 株式会社トレセンテの株式の取得(子会社化) 及び新たな事業の開始

※2017年2月度 売上高1,281百万円



**事業概要：**婚約指輪・結婚指輪等のブライダルジュエリー  
を中心とする宝飾品の販売

**シナジー：**Web広告、ECサイト運営のノウハウ共有  
潜在顧客に対する相互送客施策検討

## 商品

### フローラ エンゲージリング



6枚の花びらからなる幸運の花フローラは、ダイヤモンドを留める爪を、花びらのように丸く柔らかみのある形に仕上げています。意匠（デザイン）、商標（名前）ともに登録済みのトレセンテオリジナルデザイン。熟練した腕を持つクラフトマンによって、ひとつひとつ想いを込めて作られているメイド・イン・ジャパンのリング。1994年、国際ジュエリーコンテストで入賞実績あり。

## 店舗

### 銀座本店



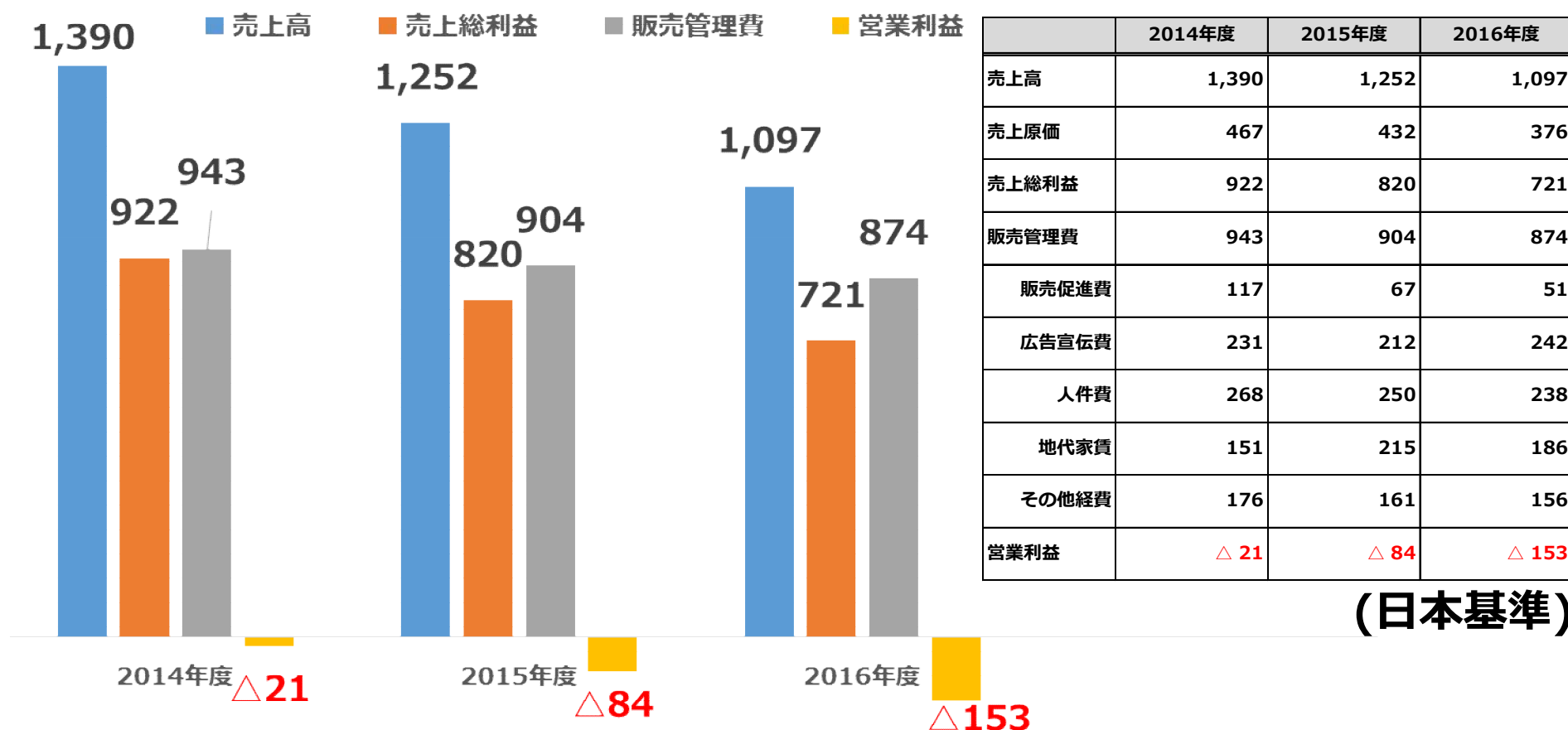
### 京都店





- 3年連続で減収減益
- 販売管理費（広告宣伝費・地代家賃）を抑制できておらず、  
営業利益は2016年度で△153百万円

（単位：百万円）

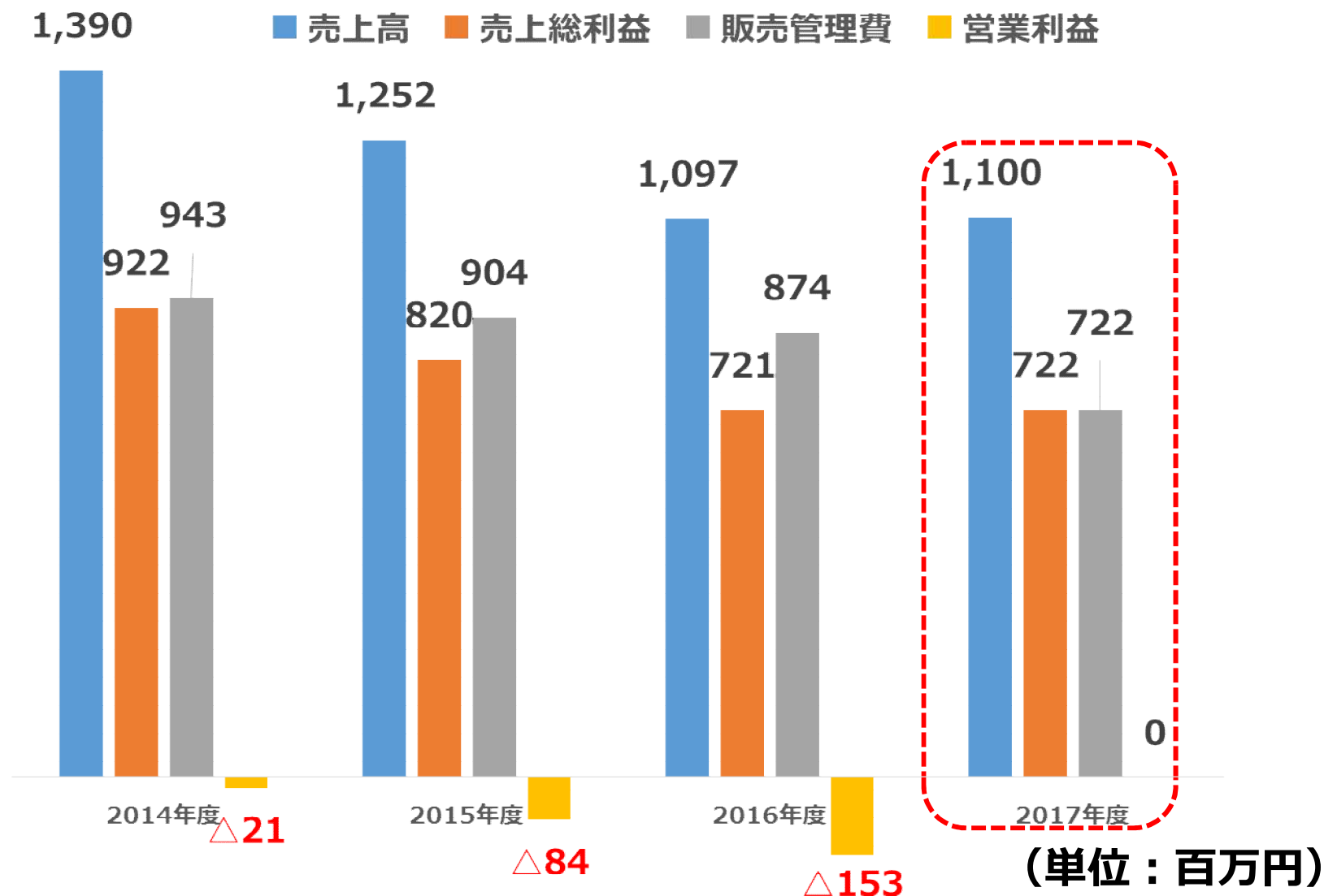


# 2017年度 目標

夢 展 望

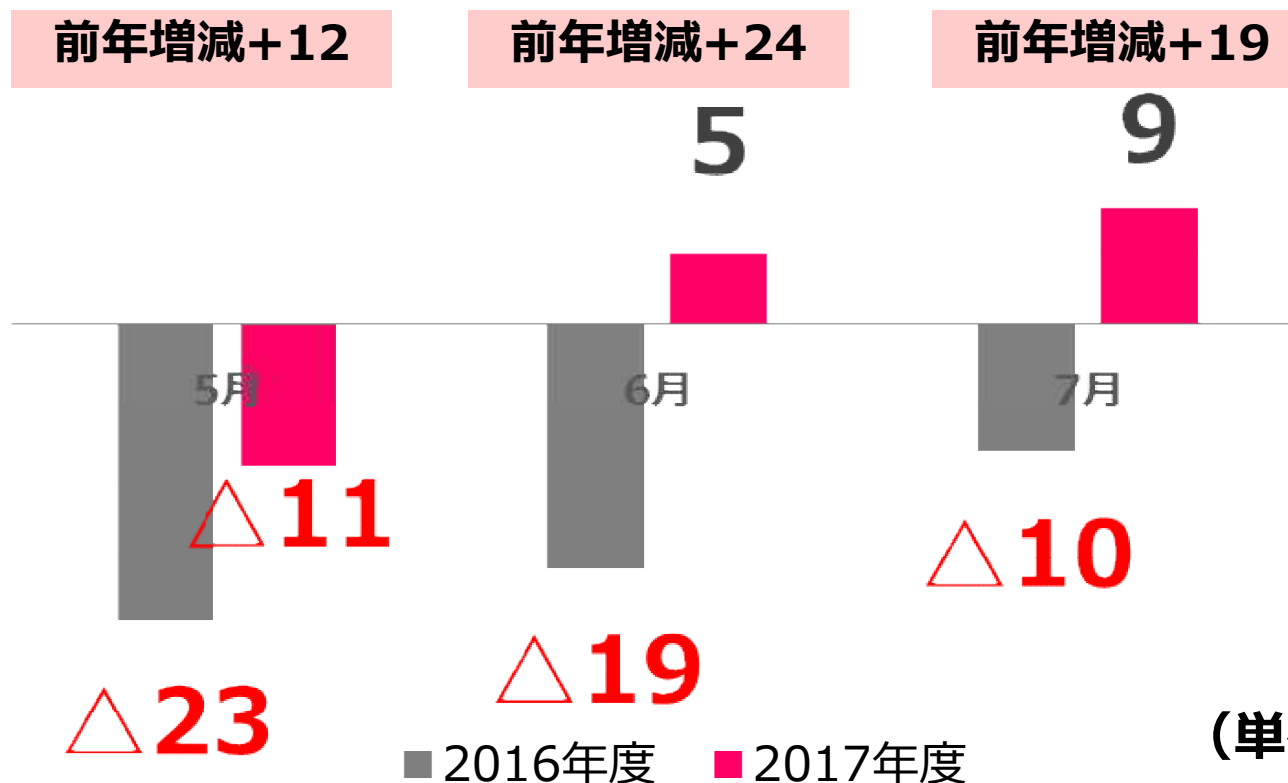
■ Web集客UP + 広告費抑制により収益性を改善 TRECENTI

■ 2017年度での黒字化を目指す



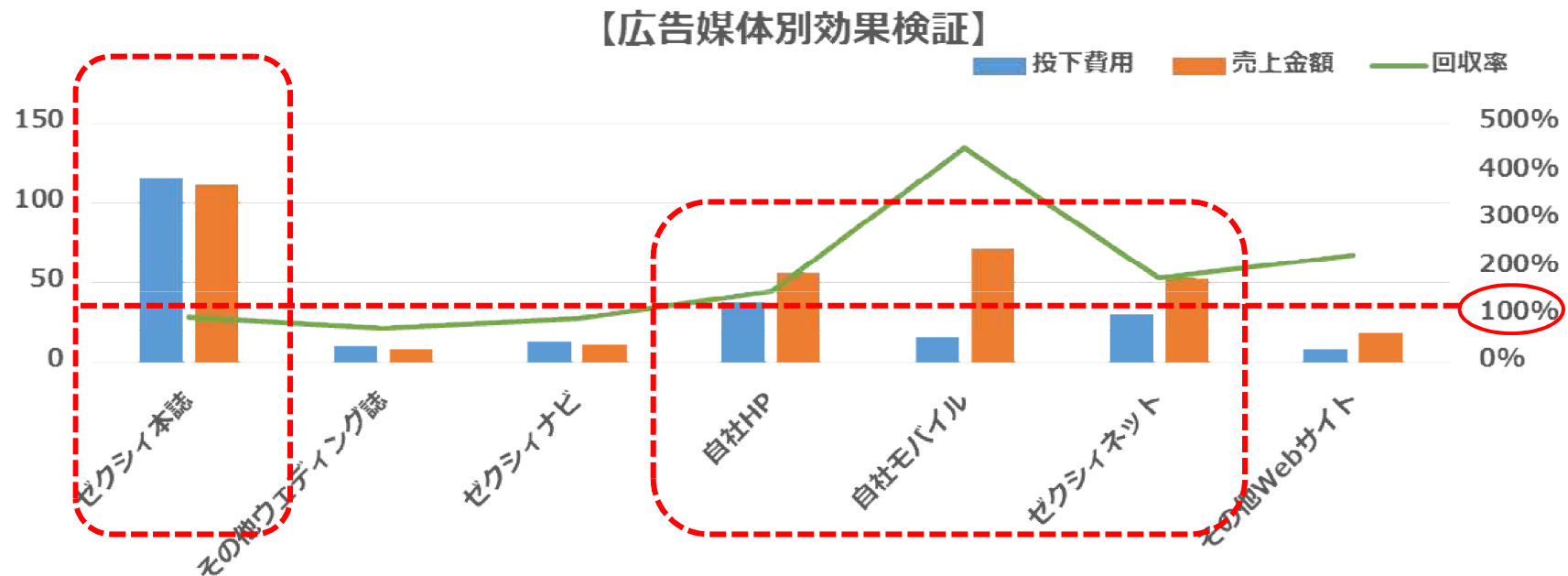
## グループ入り後、約2ヶ月で 単月黒字化達成

### 営業利益の推移



(単位：百万円)

## Web集客対応の遅れ



回収率の低い紙媒体を縮小し、Web媒体へ大幅にシフトすることで広告宣伝費の削減及び集客数増を図る

## 公式サイト上のCV力不足

Organic

Direct

Display

PaidSearch

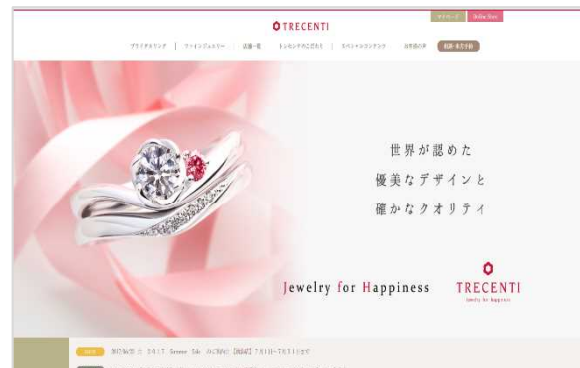
Referral

Social

Other Adv.

【公式サイト】

<https://www.trecenti.com>



115万セッション/年

来店予約

550件/年  
→ **CVR : 005%**

公式サイト上の全面リニューアル。来店予約導線を  
シンプルに設計し、来店予約（CV）増を図る

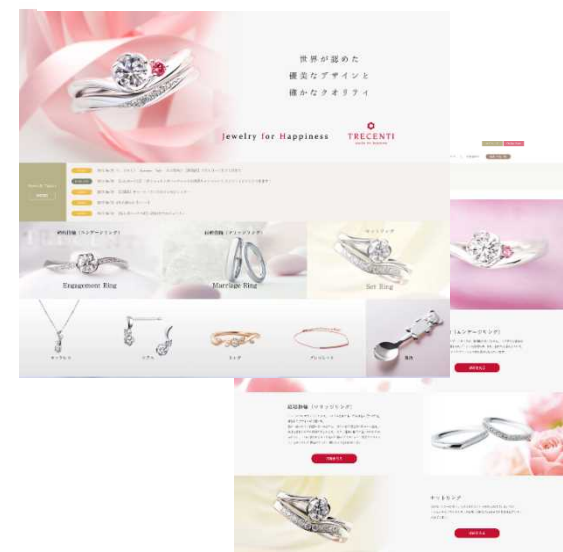


## 夢展望



顧客

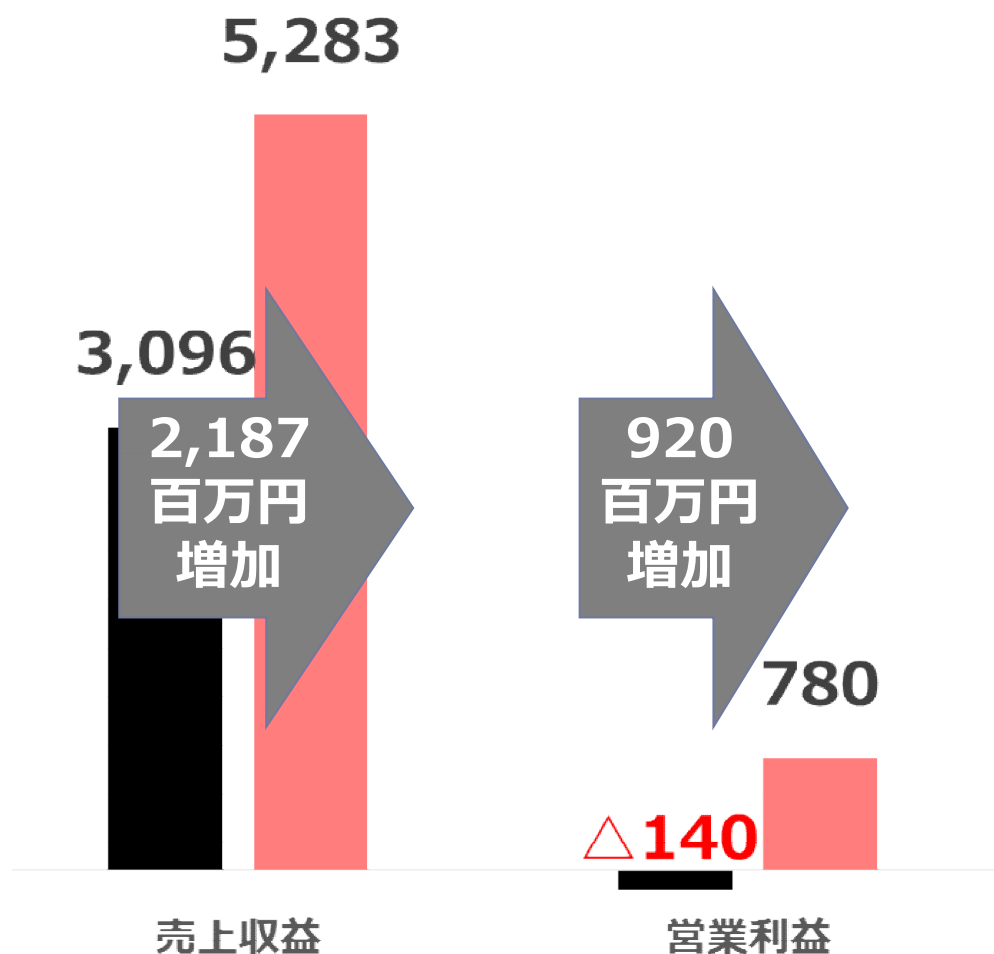
TRECENTI  
Jewelry for happiness



未婚層を多く含む顧客層へのアプローチ  
Webマーケティングノウハウを活用した集客UP

# 2018年3月期 連結業績見通し(IFRS)

夢 展 望



売上収益

5,283百万円 (170.6%)

営業利益

780百万円 (-%)

税引前利益

757百万円 (-%)

親会社の所有者に帰属する当期利益

750百万円 (-%)

基本的1株当たり当期利益(※)

70.7円

(※)平成29年7月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。基本的1株当たり当期利益につきましては、当該株式分割後の発行株式数により算定しております。

■ 2017年3月期 ■ 2018年3月期 (計画)

## 免 責 事 項

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。