



2020年3月期 第3四半期決算概要

2020年2月13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)

■ 当第3四半期連結累計期間で増収増益

中核事業のアパレル事業が不安定な天候の影響等により、利益は前年同四半期を下回る結果となったが、SNS戦略や新ブランドの展開より第4四半期以降の挽回を図る。

売上収益 6,193百万円 前年同期比 126.9%

営業利益 123百万円 前年同期比 721.5%

■ アパレル事業

ナラカミーチェジャパンのグループイン効果により増収

売上収益 前年同期比 146.4%

■ ジュエリー事業

新商品投入や経営改善の効果により受注金額が大きく改善してきたが、10月以降は消費増税の影響を受け苦戦

売上収益 前年同期比 118.4%

■ 2020年3月期連結業績予想

変更なし（売上収益9,184百万円、営業利益392百万円）

※2019年8月8日に公表いたしました予想数値から修正は行っておりませんが、今般の新型コロナウイルスの感染拡大による今後の影響については、引き続き注視していく必要があると考えております。

なお、業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、実際の業績等は様々な要因により変動する場合があります。今後、何らかの変動がある場合には、適切に開示してまいります。

2020年3月期 第3四半期決算概要

売上収益、売上総利益が前期比で大きく成長

ナラカミーチェジャパンのグループインが売上総利益率の改善に大きく貢献

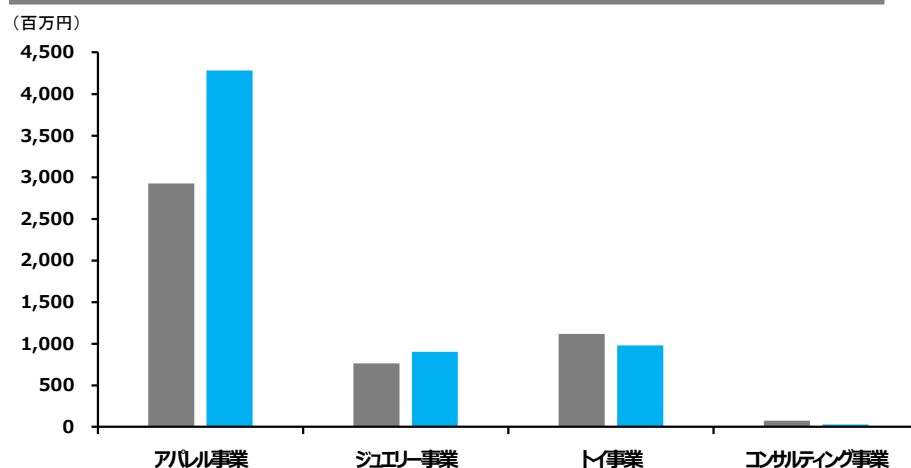
(百万円)	2019年3月期 3Q累計	2020年3月期 3Q累計	増減額	増減率
売上収益	4,880	6,193	+1,313	26.9%
売上総利益	2,171	3,073	+902	41.5%
売上総利益率	44.5%	49.6%	-	5.1%
営業利益	17	123	+106	621.5%
税引前四半期利益 又は損失 (△)	△ 17	56	+74	-

2018年10月31日からナラカミーチェジャパンが夢展望グループに参加

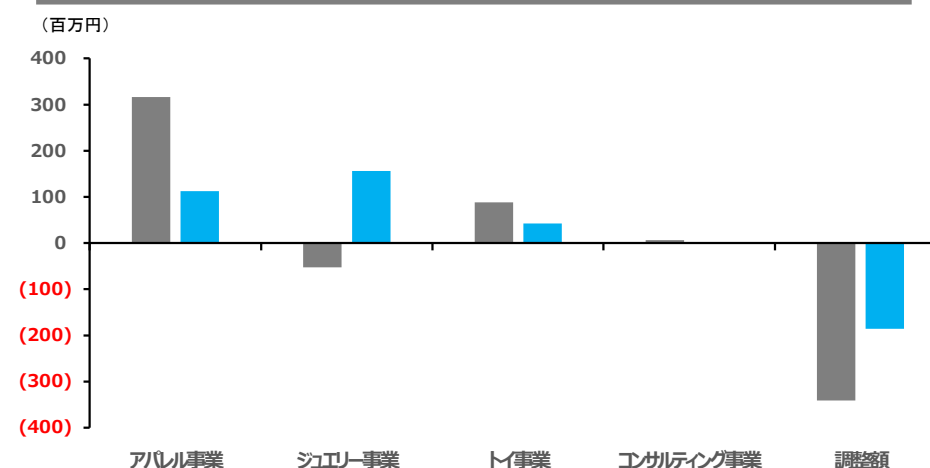
アパレル、ジュエリー事業で売上収益2桁成長

(百万円)	売上収益				営業利益			
	2019年3月期 3Q累計	2020年3月期 3Q累計	増減額	増減率	2019年3月期 3Q累計	2020年3月期 3Q累計	増減額	増減率
アパレル事業※1	2,924	4,282	+1,357	46.4%	316	112	△203	-64.4%
ジュエリー事業	762	902	+140	18.4%	△52	156	+208	-
トイ事業	1,117	979	△138	-12.4%	87	42	△45	-51.6%
コンサルティング事業	74	29	△45	-60.7%	6	△2	△8	-
調整額	-	-	-	-	△341	△185	155	-
合計	4,880	6,193	+1,313	26.9%	17	123	+106	621.5%

売上収益



営業利益



※1 アパレル事業は2018年10月31日からナラカミーチェジャパンが夢展望グループに参加

主要モールにてランキング入り

トップスカテゴリー



SHOPLIST
11月トップスカテゴリー6位

累計販売枚数
約1万3,900枚

パンツカテゴリー



SHOPLIST
11月パンツカテゴリー2位
楽天
11月パンツカテゴリー2位

SHOPLIST
累計販売枚数 約9万500枚
楽天
累計販売1万3,000枚

シューズカテゴリー



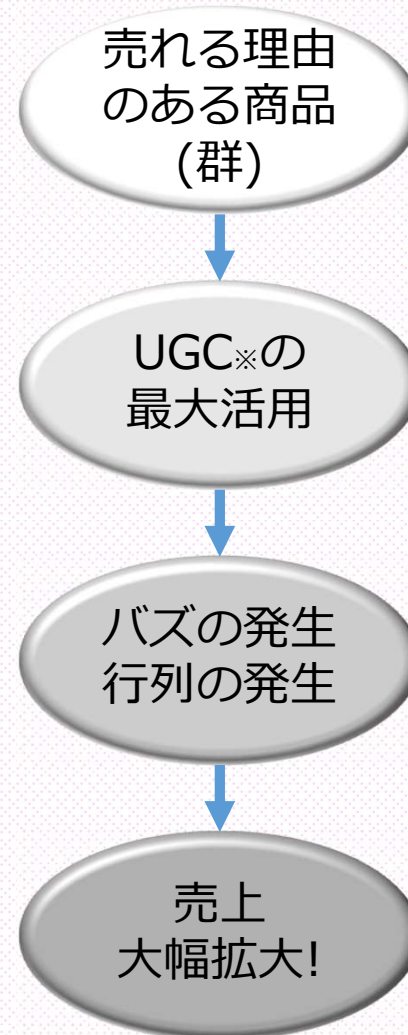
SHOPLIST
10月シューズカテゴリー2位

累計販売枚数
約4万2,000枚

11月20日
DEARMyLove
Brand Twitter 開設



11月26日
サンリオコラボ発売

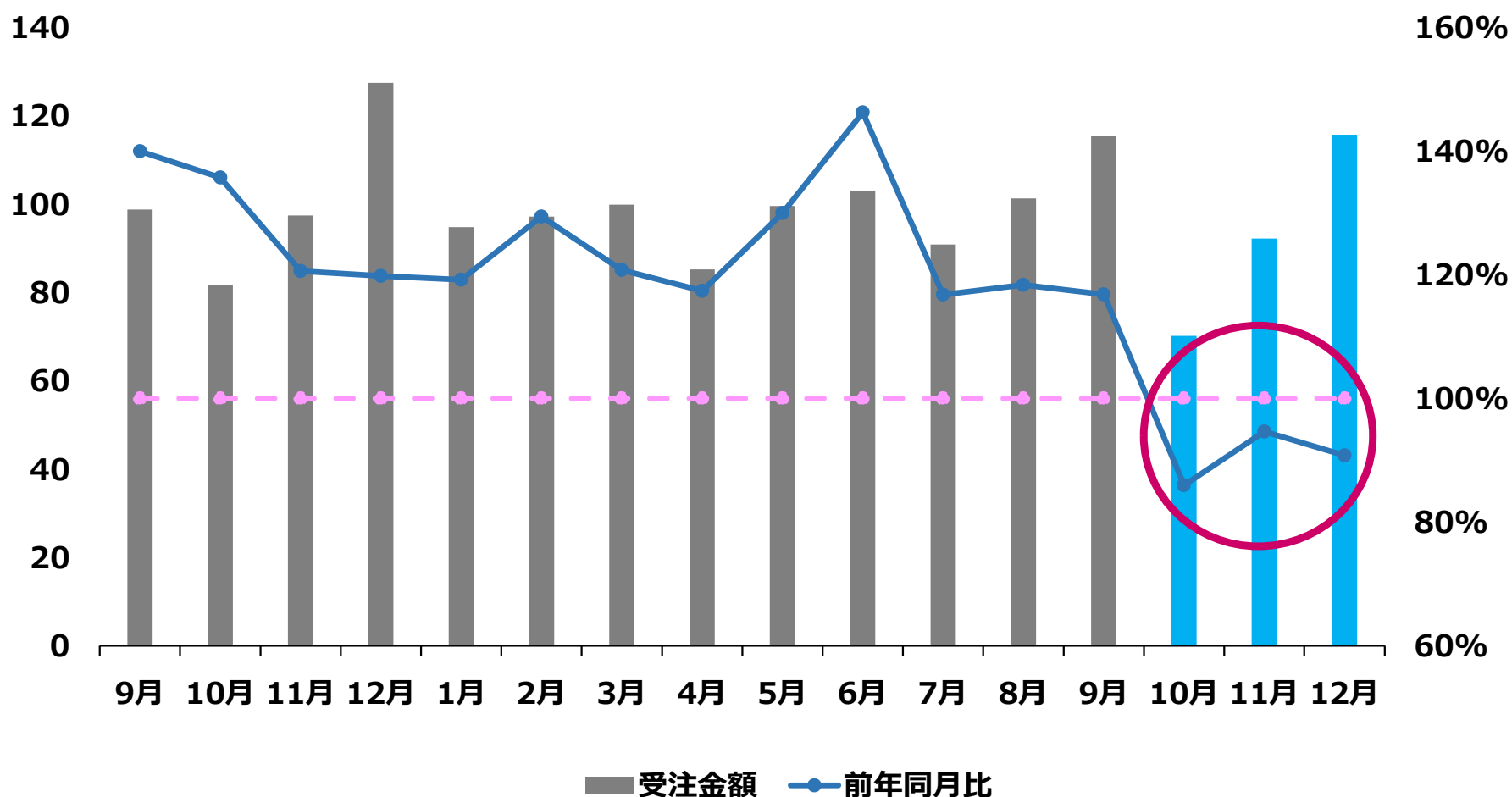


※ User Generated Contents : 一般ユーザーによって作られたコンテンツ



前年第1四半期の新商品投入や経営改善の効果により受注金額が大きく改善したが、10月以降は消費増税の影響を受け苦戦

(百万円)



～ トレセンテの代表作 ～

トレセンテを支えるオリジナルデザイン



「ANNIVERSARIO (アニバーサリオ)」

「記念日」という意味を持つ〈アニバーサリオ〉。
出会い、恋に落ち、結ばれた二人の、これから増えていく「記念日」
を共に祝福するリングです。
トレセンテ創業30周年記念モデルとして登場したこのシリーズには、
ダイヤの配置やリングのライン、指へのつけ心地など、30年間の技術
とこだわりが詰まっています。

「FLORA (フローラ)」

ローマ神話に登場する花と春の女神から名付けられた〈フローラ〉。
ダイヤモンドをプラチナの花びらが包み込む「フローラセッティン
グ」は、現在数名しかいない熟練の職人だけが作り出せる技。
国際ジュエリーコンテスト「プラチナ・デザイン・オブ・ザ・イ
ヤー」に入賞実績もある、世界が認めたデザイン。

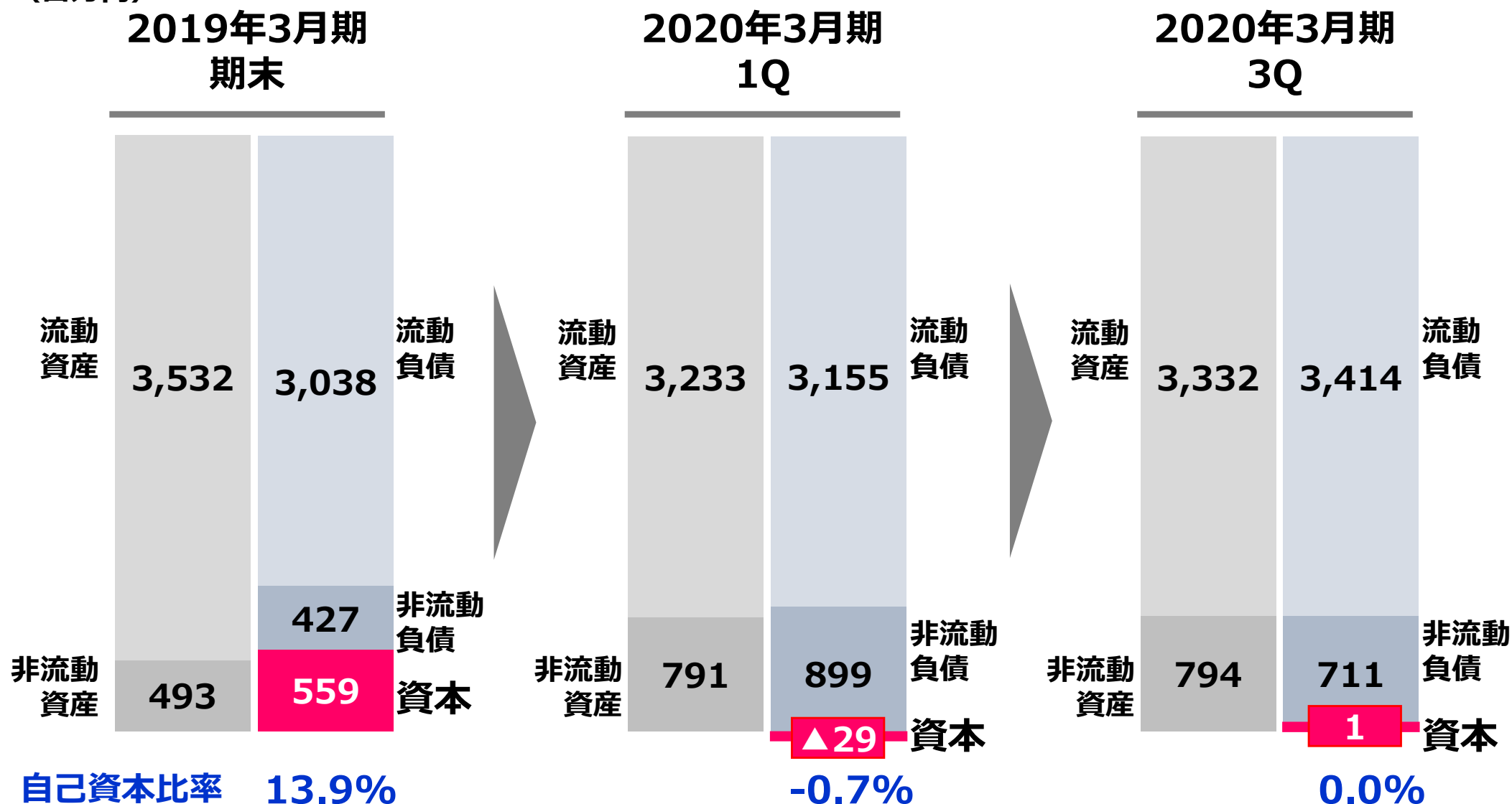


「VENUS (ウェヌス)」

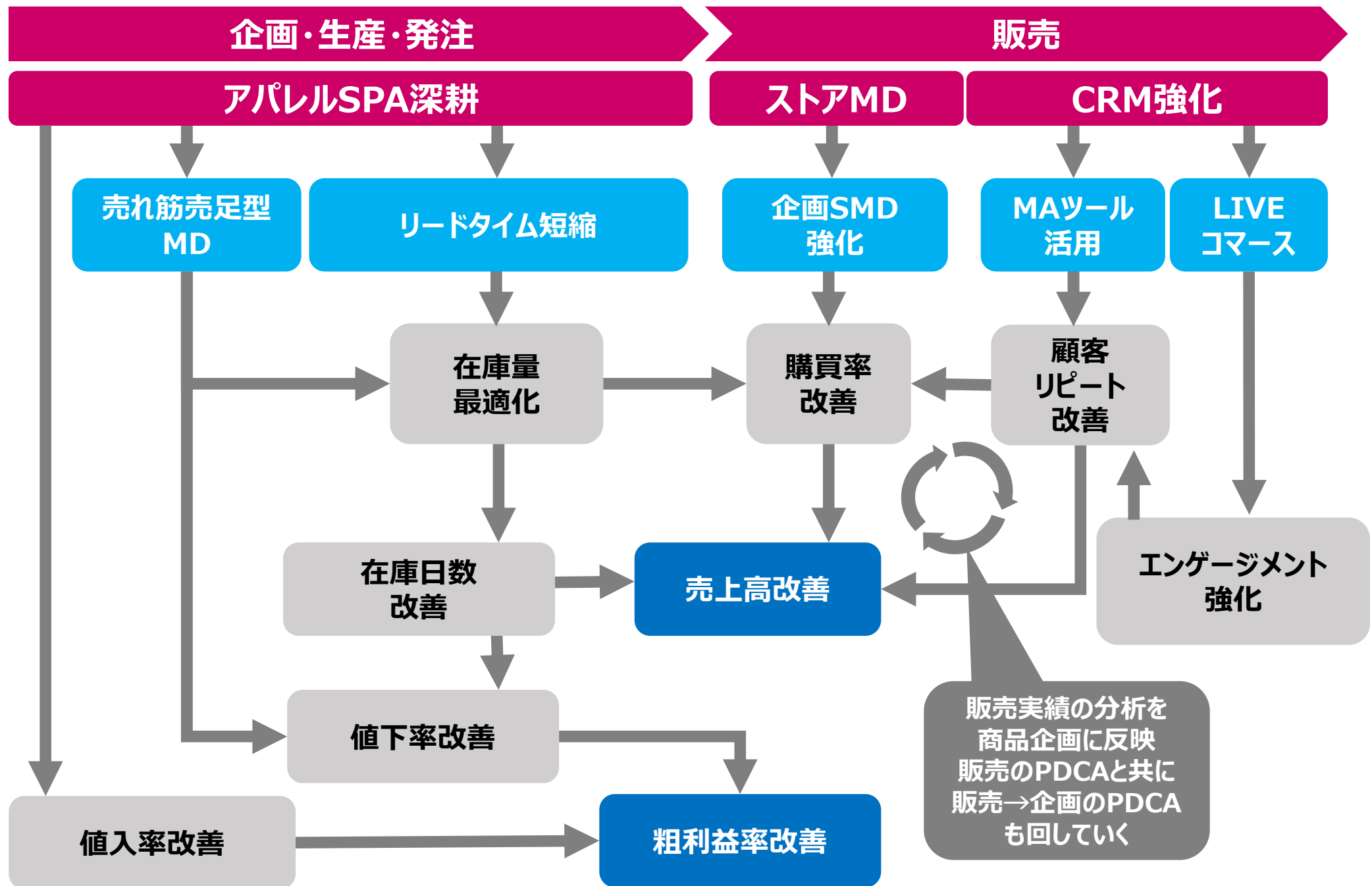
愛と美の女神の名を持つ〈ウェヌス〉。
息をのむほどの美しさの秘密は、このデザインだけのダイヤモンドのセッ
ティング。
ダイヤモンドを宙に浮かせて留め、360度あらゆる方向からたっぷりと光を
取り込むことで、最大限の輝きを放ちます。
この繊細なデザインは、ダイヤモンドの個性と金属の特性を知り尽くした、
熟練の職人だけが作り出すことができます。

新リース会計基準(IFRS第16号)を適用したことにより資本合計は第1四半期は一時的に悪化したが、当第3四半期で回復

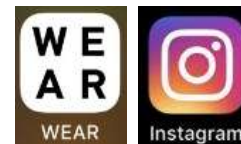
(百万円)



2020年3月期 今後の取組



従来の集客施策に加え、SNS戦略を追加展開し流入増



従来の主要集客施策

SEO・検索広告



want

メルマガ



want

line@

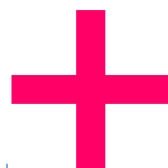


want

購入

購入

購入



SNSによる集客施策

ギフトイング施策



インフルエンサー
商品紹介



拡散

SNSユーザー

購入

計162万リーチの露出強化！
2.9万いいね獲得！
SNS集客 前年比188%！

アプリ

ユーザビリティ改善とダウンロード促進により、
アプリMAUは前年比130%にアップ
アプリ経由売上は前年比190%にアップ



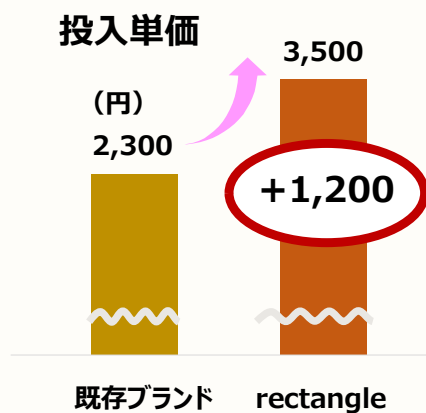
SNS

DearMyLoveインスタグラム、ツイッターの
アカウント成長により、
SNS経由売上、前年比312%にアップ

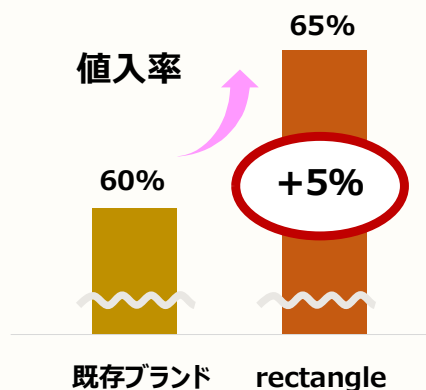


既存顧客と被らず人口の多い30代中盤を新たなターゲットゾーンとした 新ブランド「rectangle」を10月16日にグランドオープン

ライフスタイルに溶け込む、抜け感のある
大人カジュアルスタイルを提案



顧客ターゲットを今までの
若年層から大人ヘシフトし、
既存ブランドより高価格帯、
高収益を狙う



Instagram限定企画により、フォロワー数が約10日で約480%※と急増、今後もターゲットと親和性の高いInstagramを集客に活用する

いいね&フォローでもらえる
福袋プレゼントを企画



Instagramのフォロワー数が
約0.5万人から約2.4万人に!!



フォロワー数が
2.4万人に
急上昇!!※

※ 2020年1月12日現在データ。2020年1月3日にプレゼント企画開始

インフルエンサーモデルをプロデューサーに起用した新ブランドを今春以降立ち上げ予定

新ブランドプロデューサー

ファッション雑誌をはじめ、テレビ・ラジオ・広告・ファッションショーへの出演など幅広く活動。ファッションだけにとどまらず、その文才やライフスタイルも注目を集めている。また、アパレルブランドとの商品コラボレーションも積極的に行なっており、そのセンスを活かして人気商品を多数プロデュースしている。

フォロワー数
Twitter 10万人以上
WEAR 70万人以上
Instagram 30万人以上

■顧客ターゲット

プロデューサーのフォロワー＝ファン層である21歳～30歳がターゲットに事業の垂直立ち上げを狙う。

■投入単価設定

スカート/パンツ 5,900～8,900円 ニット/ブラウス 5,900～8,900円
ワンピース 7,900～12,800円

■コンセプト

日常の暮らしにそっと寄り添って日々を彩るもの。好奇心を掻き立てられるもの。もっと自由に、自分に素直になれる服。日常に寄り添ってライフスタイルに馴染む、ベーシックでありながらプラスアルファがある。キーワードとして「ナチュラル」「ベーシック」「カッティング」「刺繍」「アート」など。

イタリアミラノを起源としたシャツ、ブラウス特化型ブランドとしての独自性と30年の歴史



ジオメトリックプリントシフォンフリル長袖ブラウス

店舗売上（プロパー）1位



ウールジャージービジューボタン付ボウタイカットソーブラウス

店舗売上（プロパー）2位



グラデーションドットボウタイ長袖ブラウス

店舗売上（プロパー）3位



ウールジャージービジューボタン
付ボウタイカットソーブラウス

EC売上（プロパー）1位



ジオメトリックプリントシフォ
ンフリル長袖ブラウス

EC売上（プロパー）2位

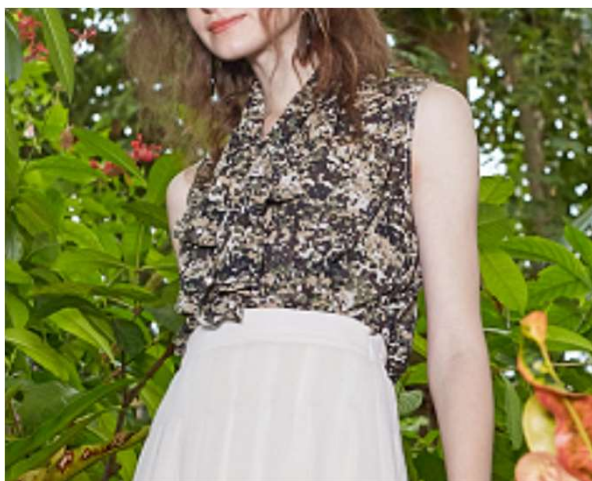


ウールジャージー襟付フリルプ
ルオーバーカットソーシャツ

EC売上（プロパー）3位

2020年S/Sコレクション

受注会好評商品



白シャツの再提案 & フリルの進化



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。