

2021年5月31日

各 位

会 社 名 夢 展 望 株 式 会 社
代 表 者 名 代表取締役社長 社長執行役員 青木 陽介
(コード：3185 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取締役常務執行役員 管理本部長 田上 昌義
(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

当社は、以下のとおり、投資に関する説明会を開催致しましたので、お知らせ致します。

○開催状況

開催日時 2021年5月31日 12：30

開催方法 インターネットを利用した動画配信

開催場所 弊社コーポレートサイト IR ページにて公開
<https://www.dreamv.co.jp/ja/library/presentation.html>

説明会資料名 2021年3月期 決算概要説明

【添付資料】

1. 決算説明会において使用した資料

以 上



2021年3月期 決算概要

2021年5月31日

夢展望株式会社

代表取締役社長 青木陽介

(東京証券取引所マザーズ 証券コード3185)

■ 2021年3月 決算概要

新型コロナウイルスの影響を大きく受け減収減益

売上収益 6,019百万円 前年同期比 △23.5%

営業利益 △450百万円 前年同期比 -%

■ アパレル事業

新経営体制による新たな取組みの準備・移行期間

売上収益 3,957百万円 前年同期比 △28.6%

■ ジュエリー事業

緊急事態宣言発出による店舗休業の影響もあり大幅な減収減益。

売上収益 858百万円 前年同期比 △26.5%

■ 2022年3月期連結業績予想

2022年3月期は売上収益6,713百万円 営業利益174百万円

※実際の業績は今後の経済・事業環境の変動等の事業リスクや不確定要因により予想数字と異なる場合があります。

2021年3月期 決算概要

連結損益計算書（年度実績）

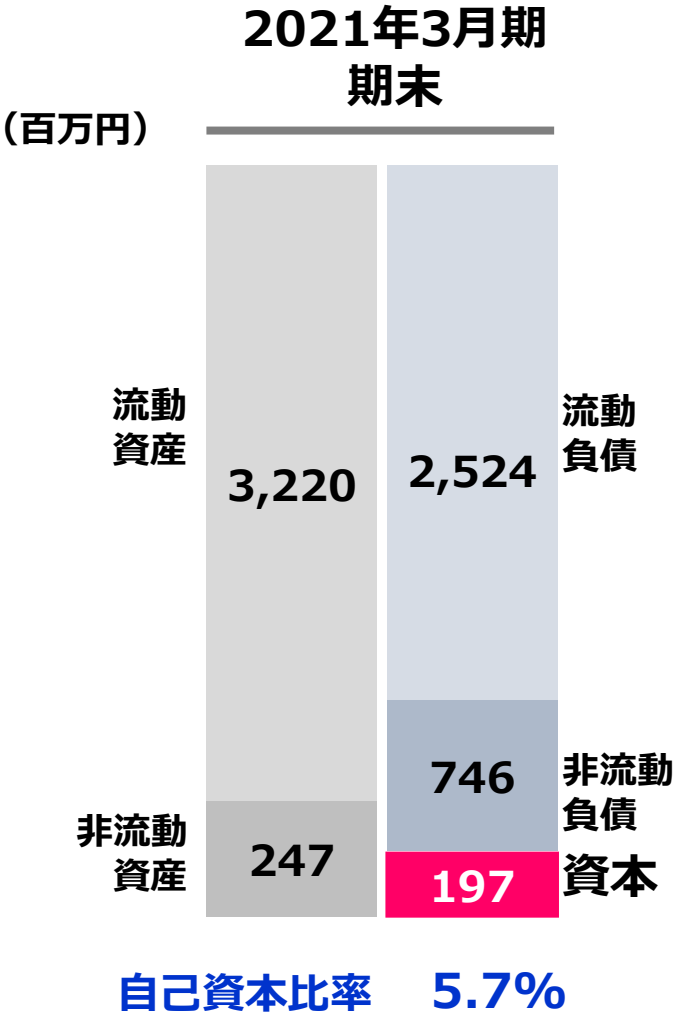
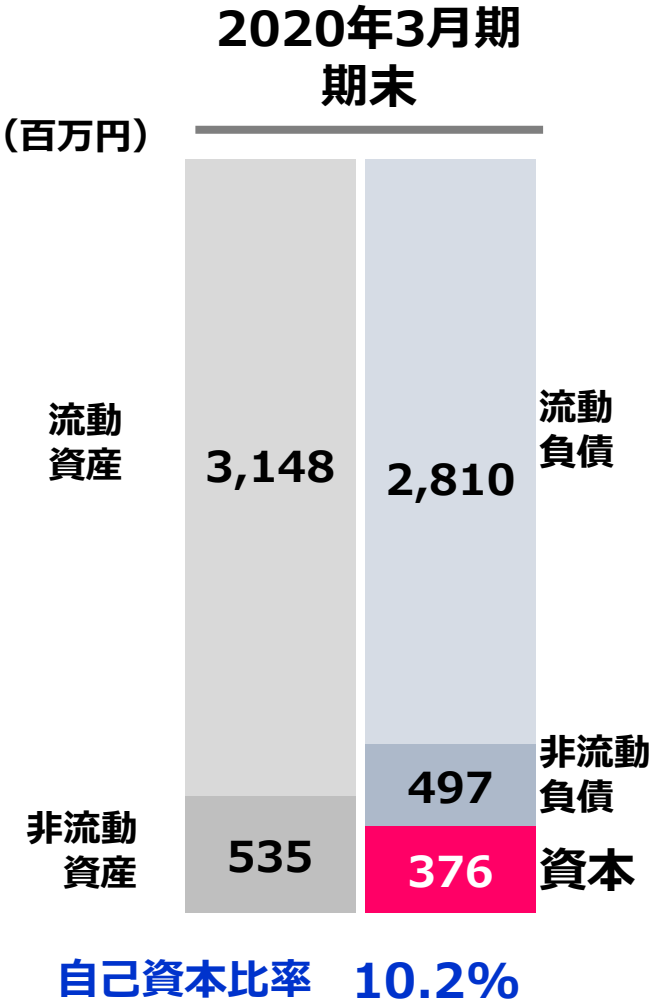
新型コロナウイルスが影響し、特に実店舗が主要な売上を占める子会社において引き続き厳しい状況が続いており、減収減益。

(百万円)	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率
売上収益	7,871	6,019	△ 1,852	△23.5%
売上総利益	3,939	2,713	△ 1,226	—
(売上総利益率)	50.0%	45.1%	—	△4.9%
営業利益 又は損失 (△)	△ 71	△ 450	△ 379	—
税引前当期利益 又は損失 (△)	△ 175	△ 509	△ 334	—

新たなブランド戦略が成果を見せ始めているものの、中核事業であるアパレル事業などで減収減益

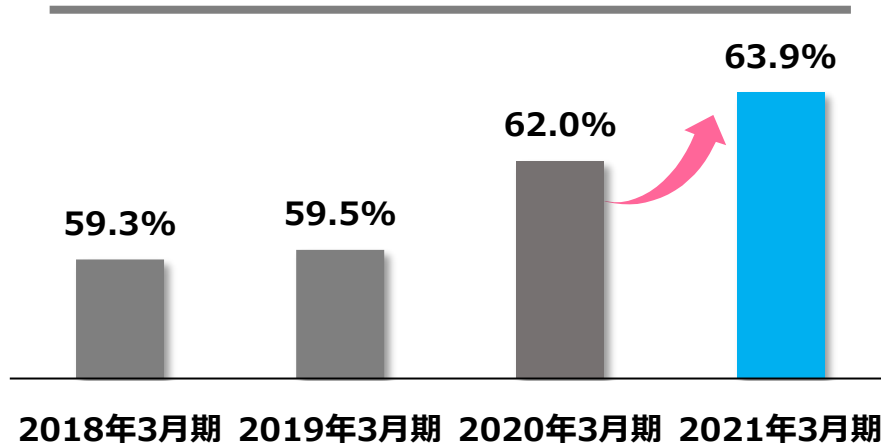
セグメント (百万円)	売上収益				営業利益			
	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率
アパレル	5,540	3,957	△ 1,583	△28.6%	53	△ 243	△ 297	-
ジュエリー	1,168	858	△ 309	△26.5%	156	59	△ 96	△61.7%
トイ	1,129	1,199	70	6.2%	44	59	15	34.1%
コンサルティング	32	3	△ 29	△89.9%	△ 2	△ 101	△ 98	-
調整額	-	-	-	-	△ 323	△ 224	98	-
合計	7,871	6,019	△ 1,851	△23.5%	△ 71	△ 450	△ 379	-

自己資本比率の状況

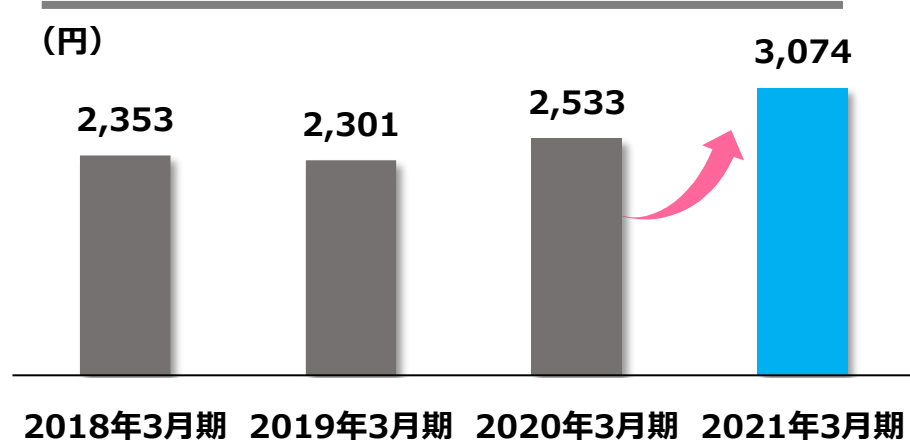


投入単価を低減しつつ受注数を拡大してきたが、新ブランド「rectangle」・「bohmal」等を立ち上げつつ利益率重視に転換し、値入率、投入単価がアップ。

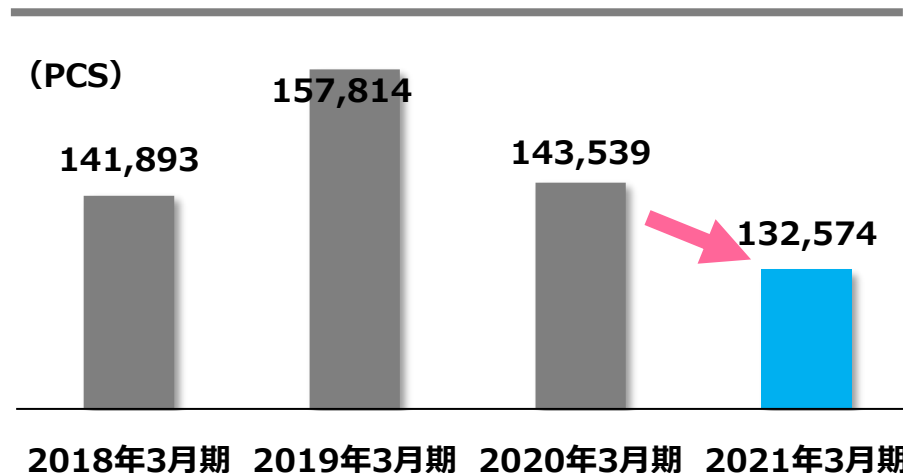
平均値入率



平均投入単価



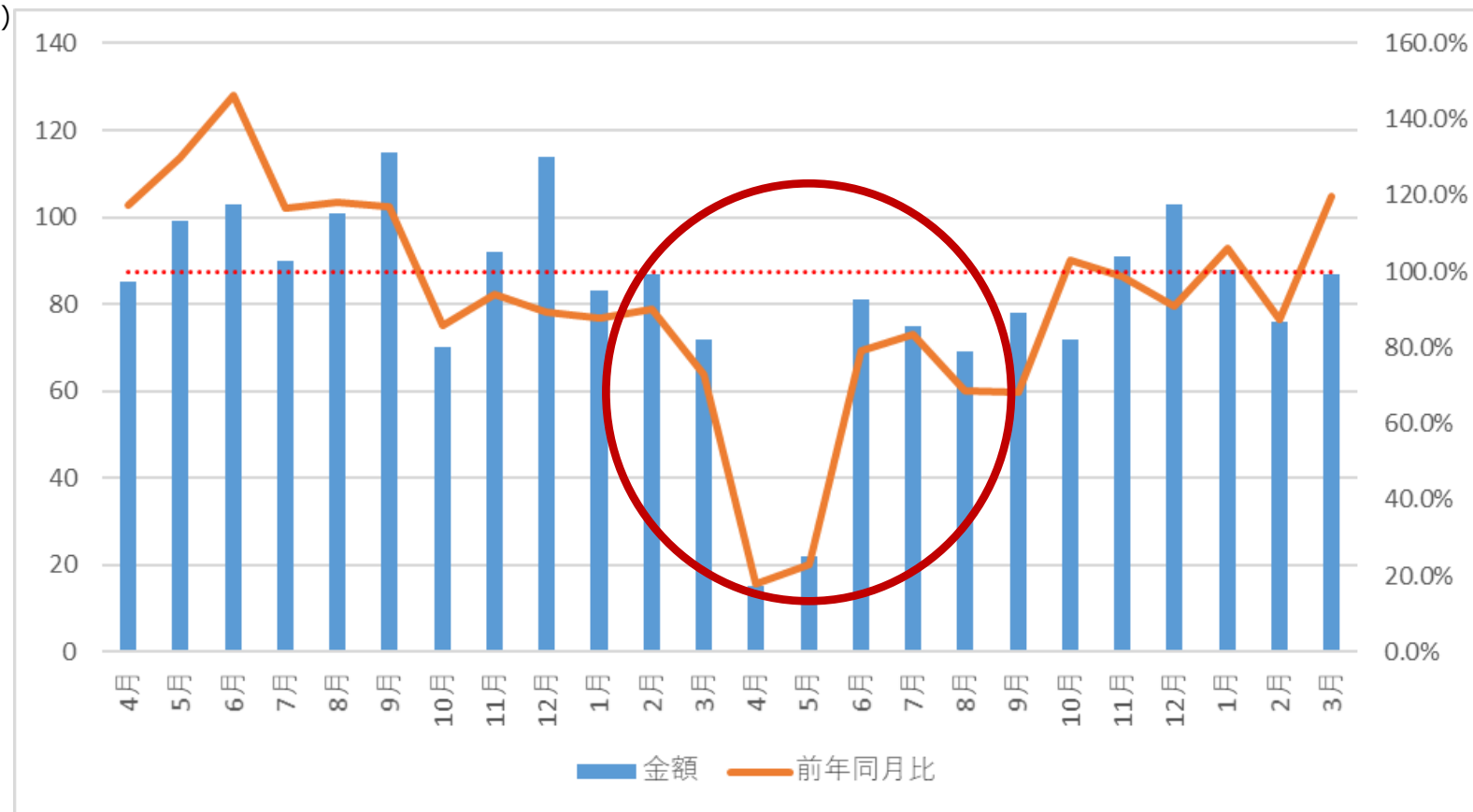
平均受注数



2020年2月以降は、新型コロナウイルスの影響を受け、前年を下回る状況が続いたが、3Q以降は前年を超える月も出て回復傾向となっている。

受注金額

(百万円)



2020年3月期 2021年3月期

主要店舗・モールにて上位ランキング入り

夢展望



スーパーストレッチスキニーパンツ

シリーズ累計販売枚数
約24万4000枚

夢展望



超ストレッチスキニーデニム
パンツ

2020/4～2021/3
販売枚数
約3万7000枚

SHOPLIST
夢展望



スーパーストレッチスキニー
パンツ

2020/4～2021/3
販売枚数
約4万8500枚

ZOZOTOWN
(rectangle)



スウェットボンディングパーカー

9月人気アイテムランキング
(レディース) で1位獲得
今期累計販売
約1万6500枚

NARACAMICIE

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日本では30年の歴史。社名の“カミーチェ”とは、イタリア語でシャツ、ブラウスを意味しています。



シフォンドットプリントフリル長
袖ブラウス

店舗売上（プロパー）1位



ショーゼットミニスクエアプリン
トサイドボタン長袖ブラウス

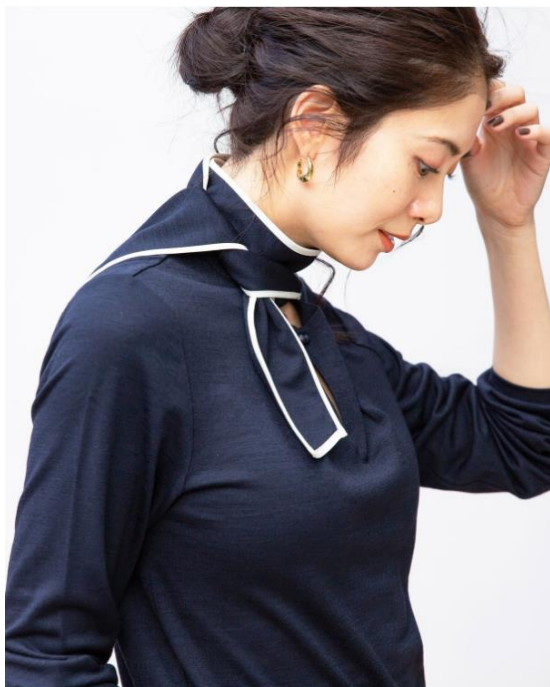
店舗売上（プロパー）2位



シフォンボウタイ長袖ブラウス

店舗売上（プロパー）3位

NARACAMICIE



ウールジャージボウタイブラウス

EC売上（プロパー）1位



シフォンボウタイ長袖ブラウス

EC売上（プロパー）2位



シフンドットプリントフリル長袖ブラウス

EC売上（プロパー）3位

～ トレセンテのオリジナリティ ～

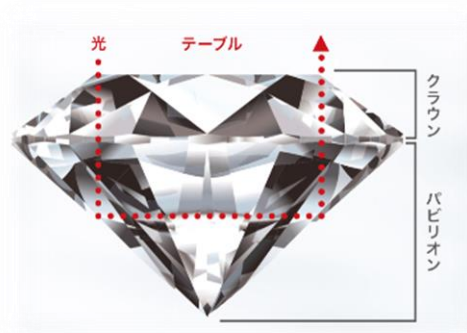


「FLORA（フローラ）」

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。

「双子ダイヤモンド」

“双子ダイヤモンド”とは、ひとつの原石からカットされた2粒のダイヤモンドのこと。今、私たちが目にするダイヤモンドは、数億年もの時間をかけて形成された、地球上でもっとも神秘的な奇跡の鉱石です。本来ならば、ダイヤモンドの原石はふたつにカットされた後、別々の流通過程を歩み、それぞれの持ち主の元へ運ばれていきます。トレセンテではその2粒を特別にペアのまま管理し、“双子ダイヤモンド®”としておふたりへお届けします。



「テーブルクリーンダイヤモンド」

「テーブルクリーンダイヤモンド」と呼ぶ希少性の高いダイヤモンド。これは、光を取り入れるテーブル面にインクルージョン（内包物）のないダイヤモンドのことです。インクルージョンの影響が少ないため、同じ評価のダイヤモンドの中でもより美しい輝きが引き出されます。全体の10%未満しかない、大変希少なダイヤモンドです。

今後の取組・施策

営業／MD改革



*ODM Original Design Manufacturing 製品の製品開発から設計、製造までを行い、委託者が製品を販売するという生産方式
OEMは「Original Equipment Manufacturing」または「Original Equipment Manufacturing」の略語であり、委託者のブランドで製造する生産方式、あるいは生産する製造メーカーを指します。

1. 一人ひとりが利益貢献を考える意識改革と体制づくり

2. MDプロセス変更

3. さらなる固定費削減・効率化に向けた取り組み

成長・拡大の新プロジェクト構想

あたらしいカルチャーとファッションの発信

ゆめてん
ユメテン

潜在マーケットへファッションを届ける

夢展望



既存ブランド (若年層ー実績アイテム)
ターゲット年齢層に向けたリブランディング



既存・新ブランド
特定モールに特化したブランド展開



成長ブランド
DearMyLove
派生ブランド・コラボ

ゆめてん

ユメテン

話題性・ファッションの可能性



DearMyLove Vroid
リアルコラボ スタイリストや
YouTuberプロデュースブランド

新たなマーケット への挑戦

ファッションの 潜在マーケット創造

話題性

	プロジェクト	内 容	夢展望にとってのチャレンジ
リアルコラボ	Rabintage ラビンテージ	YouTuberうさ谷パイセンとの シーズンコラボ 2021／3～	YouTuberとの 話題性による本店訪問客リーチ数 UP
	ALL OCCASION オールオケーション	スタイリスト発信のユニセックスな スポーツカジュアルライン 2021／5～	ユニセックスラインの ユーティリティウェア 新しい顧客層獲得へ向けた ラインロビング
成長ブランド からの 派生ブランド	DearMyLoveRose	甘い系の中でニーズがある 少しシンプル目のかわいいライン 展開 2021／2～	DearMyLoveターゲットのニーズ 取り込み 顧客の取り込み マーケット内 新規顧客開拓
	準備中	量産型スタイリスト発信 量産・地雷ターゲットの 靴・雑貨ブランド 展開 2021／6～	量産型マーケットでの話題性創出 YouTuberやTickTock SNSから本店へ 話題性による本店訪問客リーチ数 UP
仮想空間	Vroid	Vroidによる仮想空間での ファッションアイテム販売 展開 2020／11～	VroidによるYouTubeデビューや バーチャルとリアルをファッションで結び つける挑戦

(百万円)	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期 業績予想	前期比	
				増減額	増減率
売上収益	7,871	6,019	6,713	694	11.5%
営業利益 又は損失 (△)	△71	△450	174	624	—
税引前利益 又は損失 (△)	△175	△509	139	648	—
親会社の所有者に 帰属する当期利益 又は損失 (△)	△169	△507	132	639	—

※実際の業績は今後の経済・事業環境の変動等の事業リスクや不確定要因により予想数字と異なる場合があります。

あたらしいカルチャーとファッションの発信

ゆめてん
ユメテン

潜在マーケットへファッションを届ける

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。