

夢 展 望

事業計画及び成長可能性に関する事項

2 0 2 2 年 5 月
夢 展 望 株 式 会 社

0 1 | 2022年3月期決算概要

0 2 | ビジネスモデル

0 3 | 市場環境

0 4 | 競争力の源泉

0 5 | 事業計画

0 6 | リスク情報

0 1

決算概要 2022年3月期

0 1 | 決算概要

0 2 | ビジネスモデル

0 3 | 市場環境

0 4 | 競争力の源泉

0 5 | 事業計画

0 6 | リスク情報

2022年3月期 通期

売上収益	4,949百万円（前年同期比	△1,070百万円）
営業利益	26百万円（前年同期比	+ 476百万円）
当期利益	△49百万円（前年同期比	+ 458百万円）



2018年3月期以来 **営業利益黒字** を達成

アパレル事業において、販売価格政策の見直しによる粗利率の改善および事務所、倉庫の効率的運用、不採算店舗閉鎖等により販管費削減が奏功した結果、収益構造が改善。

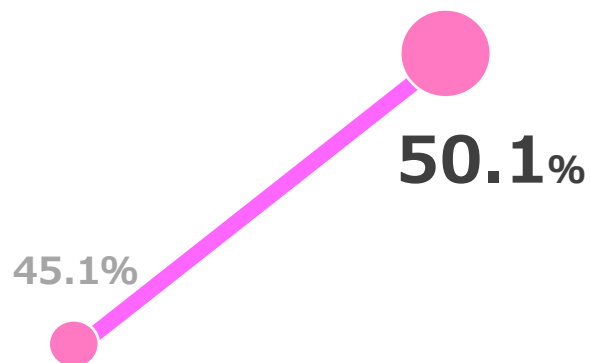
通期会計期間の比較

(百万円)	売上収益				営業利益			
	2021年3月期 通期	2022年3月期 通期	増減額	増減率	2021年3月期 通期	2022年3月期 通期	増減額	増減率
アパレル事業	3,957	3,220	△737	81.4%	△243	170	413	-
ジュエリー事業	858	954	96	111.2%	59	50	△9	-
トイ事業	1,199	774	△425	64.6%	59	△24	△83	-
その他事業※1	3	-	-	-	△101	1	102	-
調整額	-	-	-	-	△224	△170	54	-
合計	6,019	4,949	△1,070	82.2%	△450	26	476	-

※1 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、物流支援業務、EC事業推進支援等のコンサルタント業務です。

経営指標である売上総利益率、営業利益率は前年同期に比べ改善。

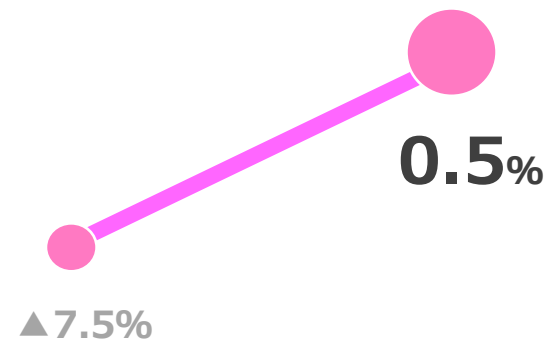
売上総利益率



2021年3月期

2022年3月期

営業利益率



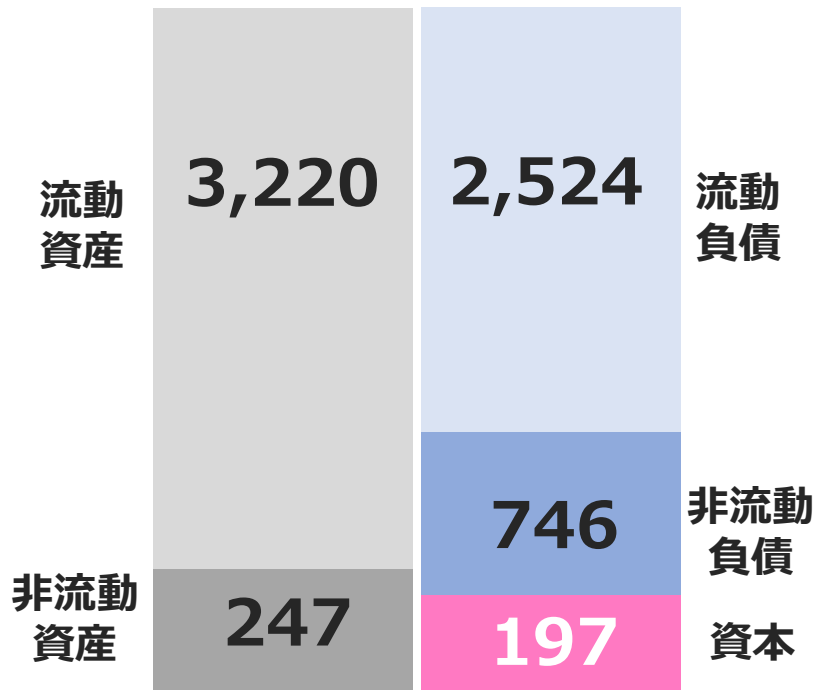
2021年3月期

2022年3月期

自己資本比率は改善。

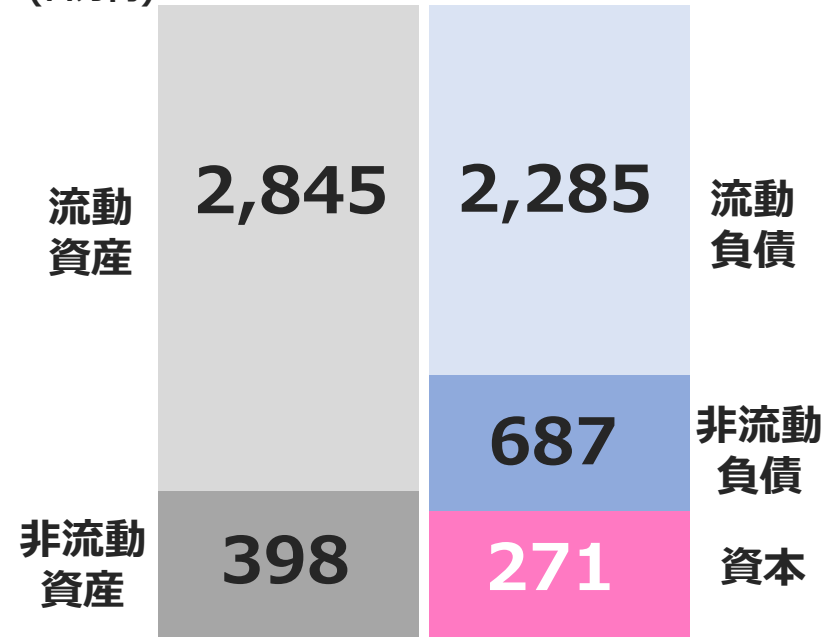
2021年3月期 期末

(百万円)



2022年3月期 期末

(百万円)



自己資本比率 8.4%

0 2

ビジネスモデル

0 1 | 決算概要

0 2 | ビジネスモデル

0 3 | 市場環境

0 4 | 競争力の源泉

0 5 | 事業計画

0 6 | リスク情報

夢展望は、本社及び連結子会社4社、計5社で構成されており、「アパレル事業」「ジュエリー事業」「トイ事業」を中心に事業を展開。

夢 展 望

夢展望株式会社（アパレル事業）

幅広い年齢層の女性を顧客とする衣料品・靴及び雑貨等ファッション関連商品をECサイト、アプリを通じて販売しています。



NARACAMICIE

ナラカミーチェジャパン株式会社（アパレル事業）

イタリア発のシャツやブラウス専門のブランドで、青山本店をはじめとした店舗やECサイトを通じて販売しています。



TRECENTI

Jewelry for Happiness

株式会社トレセンテ（ジュエリー事業）

婚約指輪、結婚指輪のオリジナルブライダルジュエリーを店舗やECサイトを通じて販売しています。

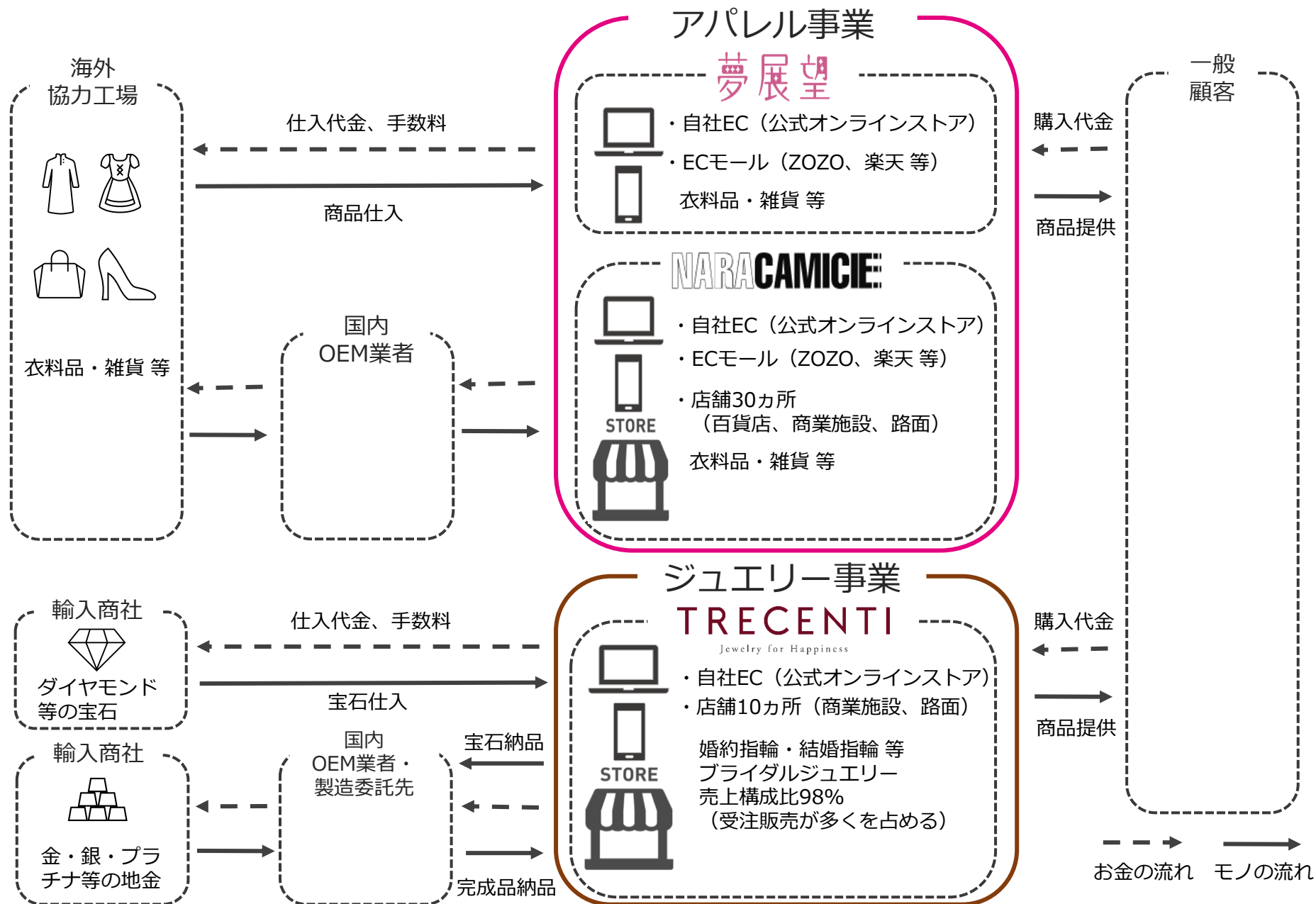


夢 展 望

夢新開発有限公司（トイ事業）

創業以来、中国における雑貨の企画製造管理のノウハウを活かし、国内玩具メーカーの発注に基づき玩具製品を販売しています。



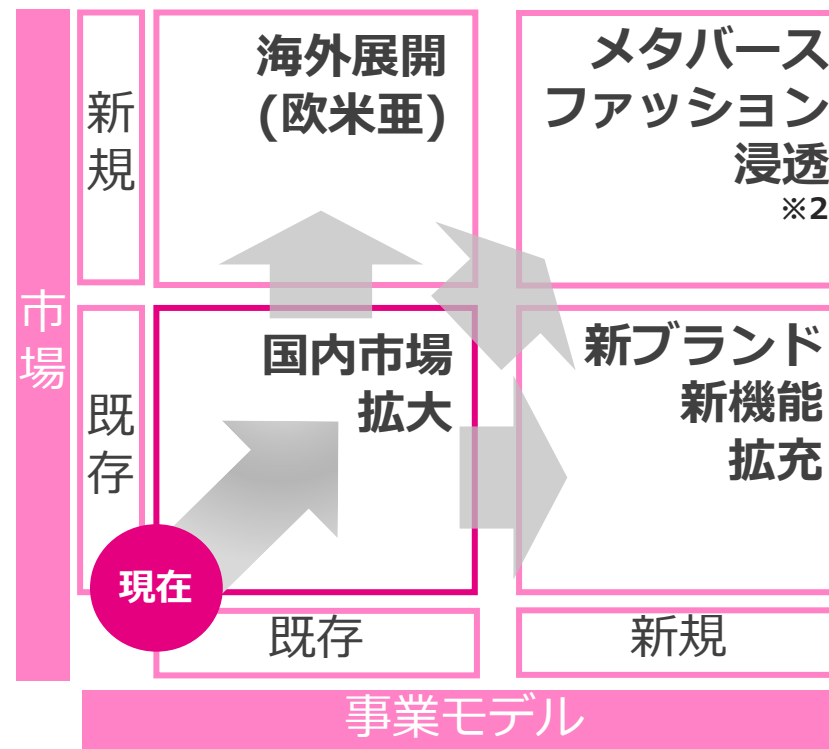


0 3

市場環境

- 0 1 | 決算概要
- 0 2 | ビジネスモデル
- 0 3 | 市場環境**
- 0 4 | 競争力の源泉
- 0 5 | 事業計画
- 0 6 | リスク情報

アパレルECの市場規模は1.4兆円。新ブランド、新機能拡充を図りながら海外展開やメタバース市場への浸透を目指す。



※1 「国内アパレル総小売市場規模推移」2020年度小売金額ベース 出典：矢野経済研究所

※1 「令和2年度産業経済研究所委託事業報告書」 2020年度アパレルEC化率 出典：経済産業省

※2 2020年11月より、3Dモデルリングソフトウェア「Vroid Studio」を活用してオンライン仮想空間で着用可能なファッションを始動

日本のブライダルジュエリーの市場規模は8,000億円。アジアでは日本市場に比べ20倍以上の規模があり、今後の事業拡大が期待される。



※1 「国内宝飾品市場規模推移」2020年度 出典：矢野経済研究所

0 4

競争力の源泉

- 0 1 | 決算概要
- 0 2 | ビジネスモデル
- 0 3 | 市場環境
- 0 4 | 競争力の源泉
- 0 5 | 事業計画
- 0 6 | リスク情報

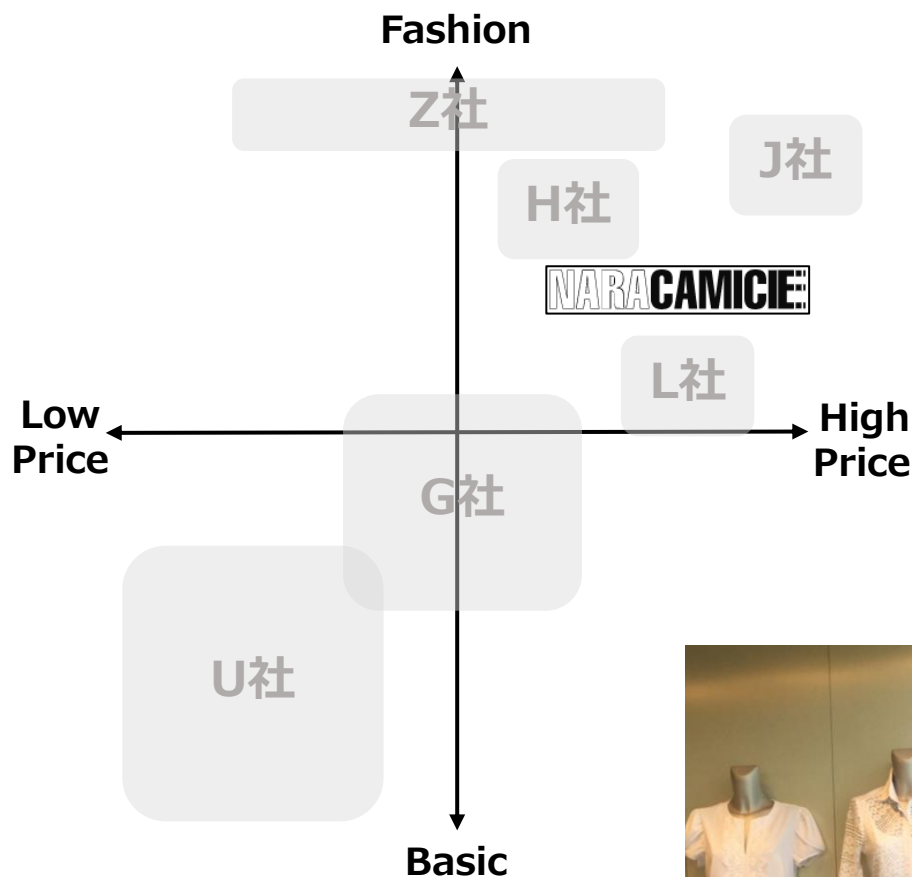
様々なテイストのブランドを、10～30代のお客様を中心に展開。
トレンドを意識した商品、トレンドに左右されない定番商品の両軸から、品質にも拘りつつ、常にお客さまの手の届きやすい価格設定を意識して提供。

オシャレで可愛く、大人かっこいい旬のトレンドアイテムを提供

- SPAモデルにより、品質を保ちつつ低価格を実現
- 多方面で活躍中の個人やグループ、企業とのコラボも展開
- 何年にも亘り売れ続けているヒット商品も多数



イタリア・ミラノを背景にしたデザイン性豊かな商品を展開。
オフィスシーンやハレの日で活躍しそうなシャツ、ブラウスが特徴。

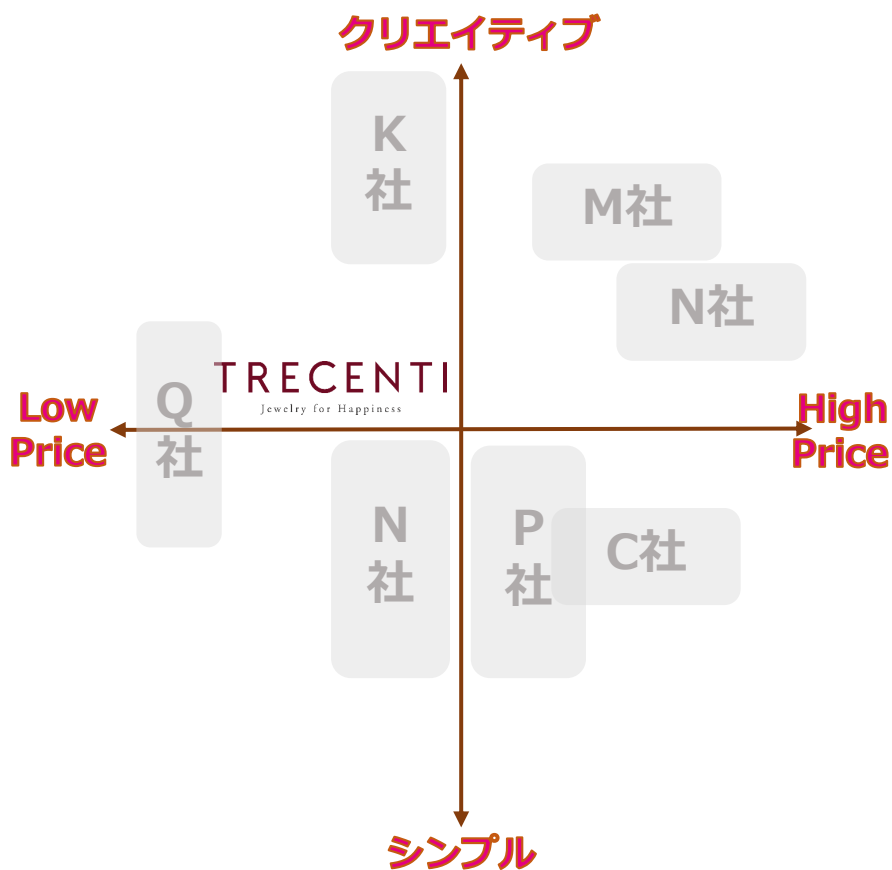


イタリアの洗練されたデザイン性の高い商品を提供

- 「NARACAMICE」ブランドの日本の総代理店
- 女性向けのシャツ・ブラウスが主力
- 立体的な躍動感のあるフリル等、艶やかなデザイン

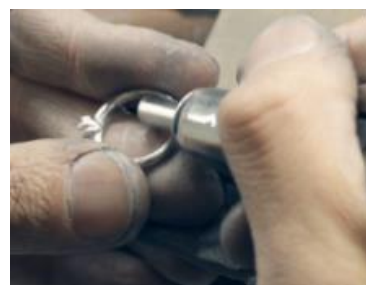


職人の手作りにより、つけ心地の良さと高い耐久性を実現。
接客に力を入れ、アフタサービスを通じて顧客満足度も高める。



熟練の職人が作り出す滑らかなつけ心地と洗練されたデザインを提供

- 熟練の職人により商品は全て手作り
- すべてのカップルの想いに叶えるスタッフが接客を担当



0 5

事業計画

- 0 1 | 決算概要
- 0 2 | ビジネスモデル
- 0 3 | 市場環境
- 0 4 | 競争力の源泉
- 0 5 | 事業計画
- 0 6 | リスク情報

2022年3月期
体質改善・差別化

2023年3月期
再成長準備

2024年3月期
再成長

損益構造改革

- ・仕入、販売戦略見直し
- ・店舗、ブランド戦略見直し
- ・物流改革
- ・全社的な業務効率化

付加価値の再構築

- ・自社サイトでの拡販に向けたコンテンツ強化（2.5次元、コラボ等）
- ・既存ブランドの派生ブランド立ち上げと育成
- ・SNS上での発信強化と認知拡大
- ・異業種とのコラボ商品企画と実行

コロナ禍からの回復

- ・EC比率拡大
- ・利益構造見直し
- ・経費適正化
- ・在庫適正化

「再成長」

- ・EC比率継続成長とEC投資の加速
- ・リブランディングと新商品の開発
- ・オムニチャネル化とDX投資

差別化

- ・オンリーワンコンテンツ強化
- ・オンライン販売体制構築
- ・FJ 開発強化
- ・LGBTQ対応

アフターコロナ体制構築での再成長

- ・商品・販売戦略の再構築（商品シリーズ別ストーリーの強化）
- ・自社サイト・オンリーワンコンテンツ強化（クリエイティブ開発）

(※) FJ：ファインジュリー

夢展望

NARACAMICIE

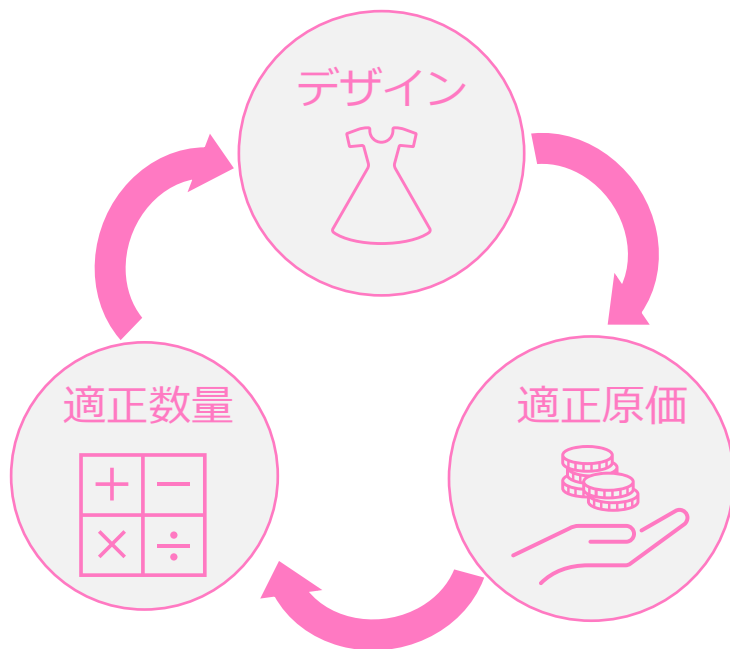
TRECENTI
Jewelry for Happiness

夢 展 望

1. 仕入、販売戦略見直し

仕入段階において販売見込みの高い「デザイン」「原価」「数量」を精緻化
商品毎に「売れ行き」「マーケットの価格」「在庫回転日数」等の主要指標を
検証しながら販売を促進。

仕入戦略



販売戦略



商品の売れ行き
マーケットの価格
在庫回転日数
・
・
・

夢 展 望

2. ブランド戦略見直し

各ブランドの取り組み内容は以下の通り。

Newlyme

- 販売価格を商品毎に毎週見直し
- 再撮影等による在庫消化促進
- 他社との差別化が難しい“市場仕入商品”の大幅圧縮

DEARMyL.VE

- 2つの派生ブランド立ち上げ（DMLWhip、LittleDML）
- お客様デザイン企画定期的に実施
- Vroid強化、商品展開数3倍に

Diable baiser

- トレンドのエッセンスを一部採り入れたデザインの商品投入
- オウンドメディアを使った販促強化

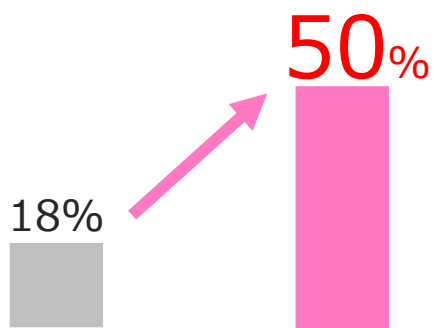
bohmal

rectangle

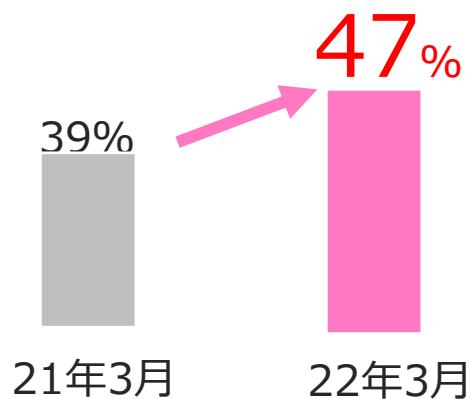
- 早期売れ数判断、早期追加発注体制構築
- コラボ企画強化
- 小まめな広告の効果検証

夢 展 望

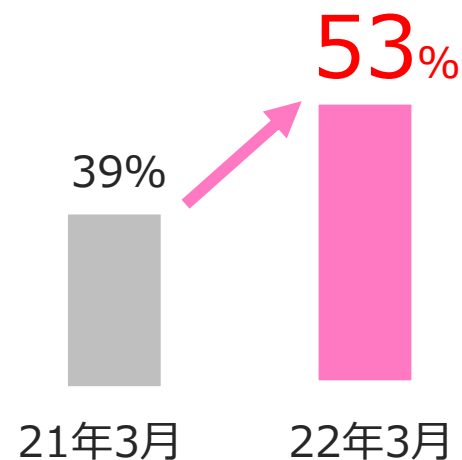
プロパー消化率



本店売上比率



売上総利益率

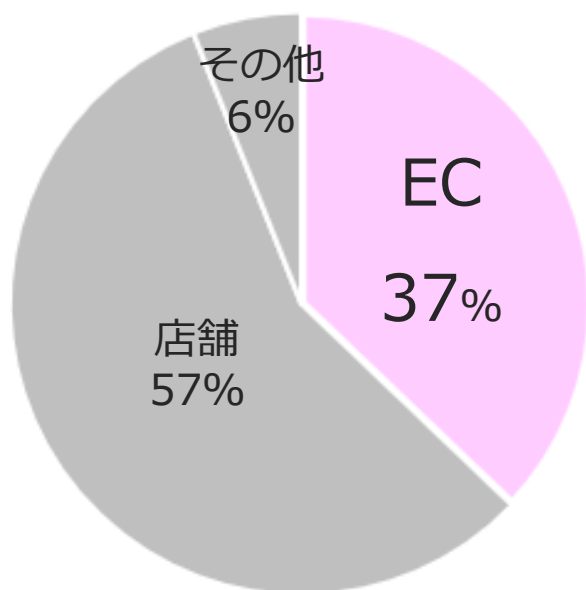


NARACAMICIE

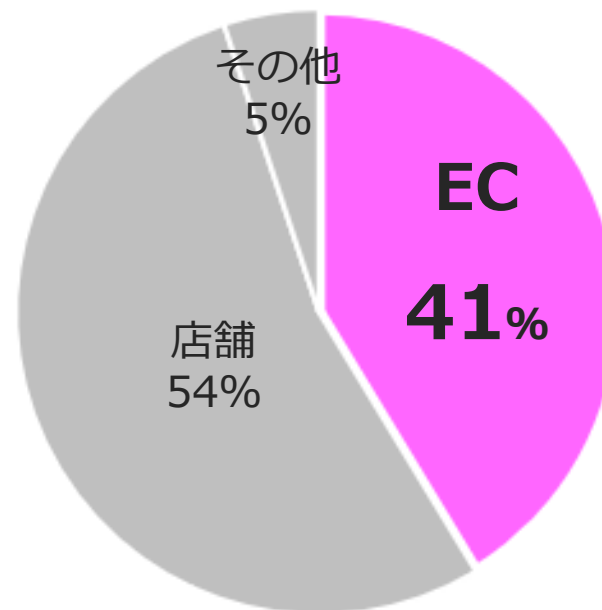
1. EC比率拡大

利益率の高いEC事業の売上シェアが37%から41%へ増加。

2021年3月期



2022年3月期

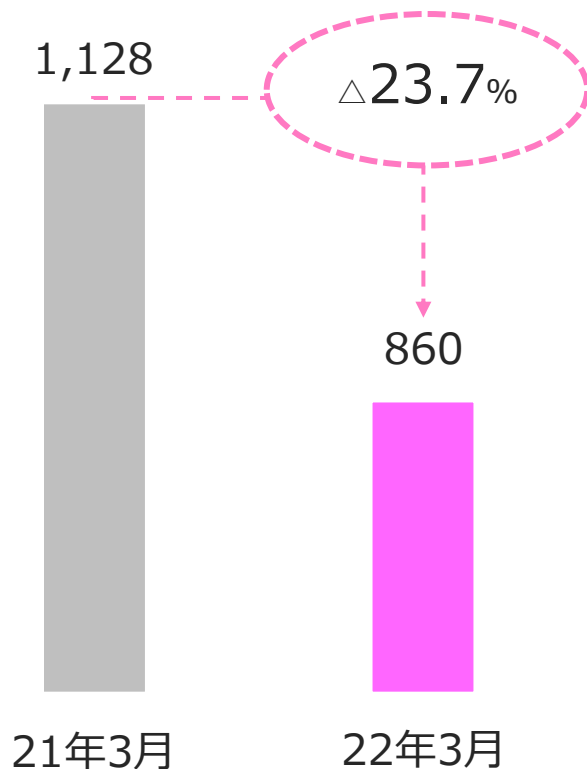


NARACAMICIE

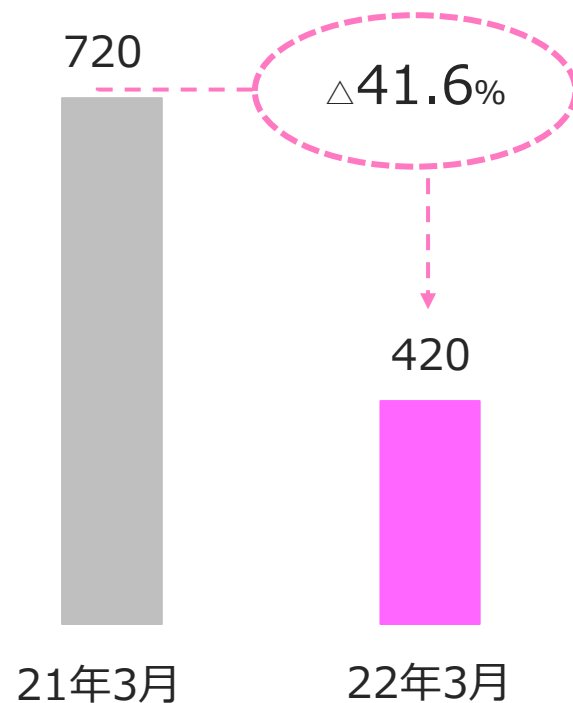
2. 経費適正化、在庫適正化

不採算店舗の閉鎖、店舗人件費を中心に販管費を削減。
旧品商品を中心に販売強化した結果、商品在庫残高を大幅に圧縮。

販売費及び一般管理費



商品在庫残高



TRECENTI

Jewelry for Happiness

1. オンリーワンコンテンツ強化

「フローラ」シリーズや「ダイヤモンドへのこだわり」を自社HPで訴求。
 自社HPからの来店予約件数は前年比149%増加。

フローラへの想い

厳選されたダイヤモンドと贅沢なプラチナやゴールドが織りなす
 「ラグジュアリーな花」

トレセンタの美しいダイヤモンド、美しい素材を保存に配慮し、美しく磨くためのデザイン設計。
 徹底的な磨削から自然にびかりの花を現わすことができます。



ダイヤモンドへのこだわり

熟練のグレーダーが厳選した
 美しいダイヤモンドだけを提案。

「トレセンタで出会うダイヤモンドはすべて美しい。」そう思ういただけるよう、こ
 の通りのダイヤモンドを数限りなく取り揃えています。

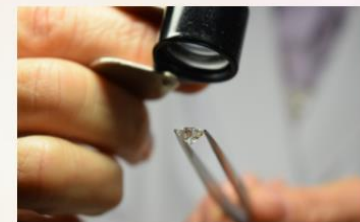


50年後、そして100年後も使い続けることができ
 る指輪だからこそ、ダイヤモンドにこだわる。

トレセンタのモノづくりの原点には「ふたりの愛の象徴だからこそ、生涯身にまける
 はずらしい」を追求し続ける」という思いがあります。

ダイヤモンドへのこだわりもこの思いによるものです。

美しく輝くダイヤモンドを見るたびに愛が溢れ……とておまの指輪になることで、永
 久的な使用できるジュエリーになると考えています。



”GIAグラジュエイトジェロモジスト”^{※1}取得者が
 ダイヤモンドを厳選する。

トレセンタのダイヤモンドが美しい理由は、確かな技術力を持つ熟練のグレーダーがダイヤモンド
 を厳選しているから。
 一時的なダイヤモンドの需要がある4Qに加え、一歩一歩のダイヤモンドの良さを確認し、真に美し
 い輝きを放つダイヤモンドを多数ご用意しています。

※1 GIAとは：世界共通のダイヤモンドのグレード基準(4C)を定める機関

ダイヤモンド取引は信用の世界



Gemological Institute of America

TRECENTI

Jewelry for Happiness

2. ファインジュエリー開発強化

ティアドロップを表現したGioia（ジョイア）シリーズ。



3. LGBTQ対応

「PRIDE指標2021」において最高評価のゴールドを受賞。

2021/11/12

プレスリリース

【プレスリリース】 LGBTQに関する取組み指標 「PRIDE指標2021」において 最高評価「ゴールド」を受賞

株式会社トレセンテは、「PRIDE指標2021」において最高評価のゴールドを受賞しました。

プライド指標は、日本の職場におけるLGBTQなどのセクシュアル・マイノリティへの取組みの評価指標として、任意団体「work with Pride」が策定した指標です。

TRECENTI

Jewelry for Happiness

work with Pride



TRECENTI

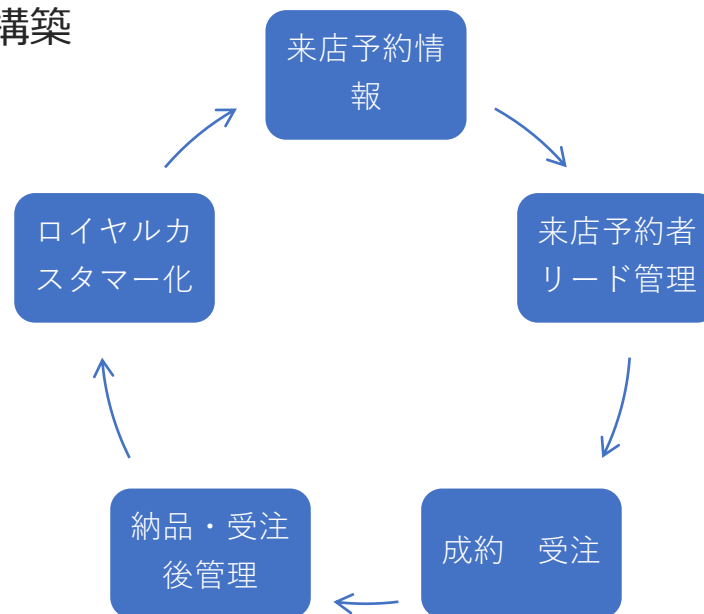
Jewelry for Happiness

1. 商品販売戦略の再構築

- ①商品シリーズ別ストーリー構築による価値訴求、コンテンツ品質と接客品質の向上と価格改定により、客単価と粗利益率アップを実現。アフターコロナ禍での世界的な貴金属やダイヤモンド価格の上昇リスクも回避。
- ②CRM（カスタマーリレーションシップマネジメント）の再構築を通じて顧客中心組織へと変革。来店予約から顧客のリード管理、受注後のロイヤルカスタマー育成まで、各分析機能の強化により状況を可視化。

■CRM（カスタマーリレーションシップマネジメント）の再構築

- ・店頭定性情報の可視化
- ・BI（ビジネスインテリジェンスツール）導入
- ・顧客分析による商品開発 メディア開発
- ・各部門間のリレーションの向上



TRECENTI

Jewelry for Happiness

2. 自社サイト・オンリーワンコンテンツ強化

クリエイティブ開発（デザイン ビジュアル修正）を軸に、商品シリーズ別訴求、ダイヤモンド訴求、「つけごこち」などの自社USP（ユニーク・セリング・ポジション）訴求などのコンテンツ強化を継続。



2023年3月期の連結業績予想は以下の通りです。

売上収益 5,584百万円（前期比 + 635百万円）

営業利益 39百万円（前期比 + 13百万円）

当期純利益※ △47百万円（前期比 + 2百万円）

※親会社の所有者に帰属する当期純利益

※夢展望グループの店舗数：2021年3月末 42店舗
2021年9月末 40店舗
2022年3月末 41店舗

0 6

リスク情報

- 0 1 | 決算概要
- 0 2 | ビジネスモデル
- 0 3 | 市場環境
- 0 4 | 競争力の源泉
- 0 5 | 事業計画
- 0 6 | リスク情報

項目	影響するセグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	リスク対応策
事業環境	アパレル	➤ 需要予測に基づく仕入量の増減リスク	中/短期	➤ 景気変動、トレンドの流行に合わせ適正在庫数を調整する。
事業環境	ジュエリー	➤ 宝石や貴金属等の原材料の価格変動リスク	小/中期	➤ 宝石は大幅な価格変動はない。地金の原材料はOEM業者(加工業者)が調達、完成品仕入価格に変動ないよう取引している。
物流業務 外部委託	アパレル	➤ 物流業務の外部委託に伴うシステム障害のリスク	中/中期	➤ 通信回線の冗長化、外部委託との定期的な情報交換によるシステム障害の未然防止を図る。
商品品質	アパレル ジュエリー	➤ 商品の不具合による大規模な返品、損害賠償請求、レピュテーションリスク	小/短期	➤ アパレルは発注前の移染確認、発注精度の向上、製造委託先の検品工程の強化を図る ➤ ジュエリーでは受注生産により返品リスクを抑制している。
カントリー リスク	アパレル ジュエリー	➤ 生産地域である中国、イタリア、南アフリカの地政学リスク、信用リスク、市場リスク	中/長期	➤ 生産地域の過度な集中を回避。 ➤ ジュエリーは輸入商社を介在することでリスクを抑制している。
事業体制	アパレル ジュエリー	➤ 人員不足に伴う事業発展遅延及び経営成績への影響	中/中期	➤ 社内教育による人材育成および直接雇用、委託先への協力を要請しながら体制強化を図る。
財務制限条項	アパレル ジュエリー	➤ 金融機関と締結した金銭消費貸借約定書は親会社の保証付き、財務制限条項が付与されていること └夢展望社：400百万円 └トレセンテ社：400百万円	中/中期	➤ 財務制限条項に抵触回避する為に各社業績回復に努めると共に取引金融機関との関係性強化を継続する。

※有価証券届出書の「事業等のリスク」に記載内容の内、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載。その他のリスクは有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

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。

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