

夢 展 望

事業計画及び成長可能性に関する事項

2 0 2 5 年 5 月
夢 展 望 株 式 会 社

0 1 | 2025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 2025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

2025年3月期 通期

売上収益	4,499百万円（前年差異	△ 157百万円）
営業利益	△277百万円（前年差異	+ 1百万円）
当期利益	△369百万円（前年差異	△ 17百万円）



売上収益は 前期比 3.4%減少となりました
営業利益は 前期差 1百万円の増加となりました

- ・アパレル事業では、当社は越境ECの本格展開により海外売上は好調に推移しましたが、国内市場の不振やコスト増の影響で減収減益となりました。ナラカミーチェも猛暑や商品の競争力不足により苦戦しました。
- ・ジュエリー事業は、公式サイトのドメイン盗難による集客低下や構造改革の効果不足により減収減益となりました。
- ・トイ事業は国内市場の拡大と販売先の多様化が奏功し、増収増益となりました。

通期会計期間の比較

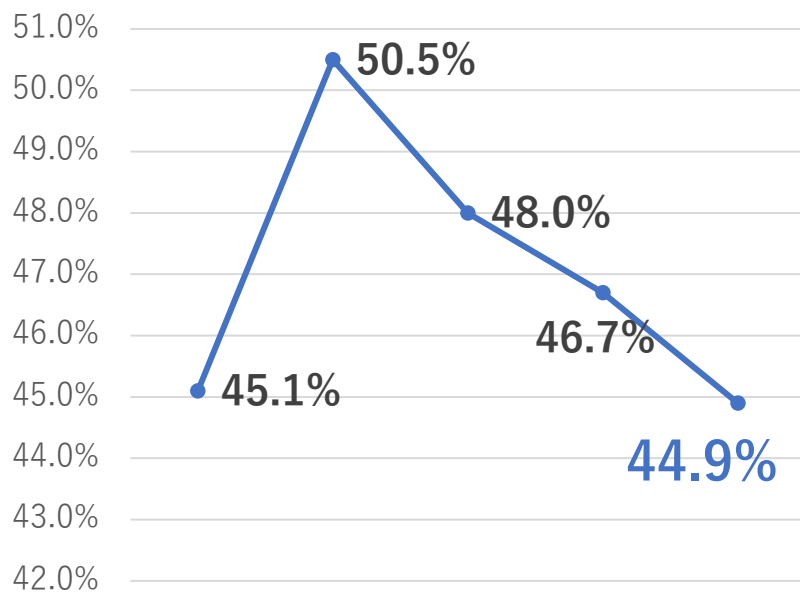
(百万円)	売上収益				営業利益			
	2024年3月期 通期	2025年3月期 通期	増減額	増減率	2024年3月期 通期	2025年3月期 通期	増減額	増減率
アパレル事業	2,719	2,558	△161	△5.9%	△196	△201	△5	－
ジュエリー事業	915	789	△126	△13.8%	△7	△56	△49	－
トイ事業	1,021	1,154	133	13.0%	36	88	52	144.4%
調整額		△2	△2	－	△110	△108	2	－
合計	4,656	4,499	△157	△3.4%	△278	△277	1	－

・売上総利益率は、2022年3月期をピークに低下が続き、2025年3月期は44.9%となりました。原材料価格の高騰、円安の影響、及び売上総利益率の低いトイ事業の売上構成比が高まったことが主要因で、改善には至りませんでした。

・営業利益率は、2022年3月期に一時プラスに転じたものの、その後再びマイナスが続いており、2025年3月期は▲6.2%となりました。アパレル事業の国内市場の不振、及び滞留在庫の棚卸資産評価損が収益性を圧迫しています。

売上総利益率

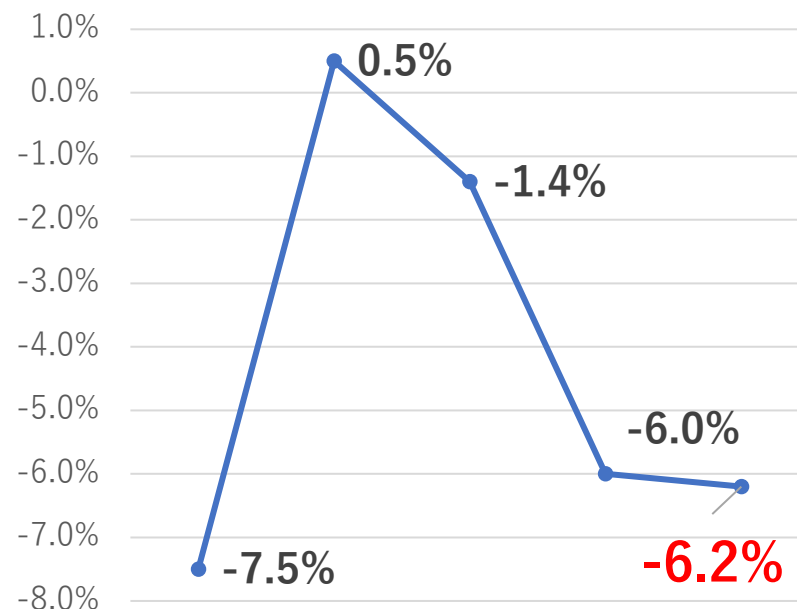
単位：%



FY21/3 年度 FY22/3 年度 FY23/3 年度 FY24/3 年度 FY25/3 年度

● 売上総利益率

営業利益率



FY21/3 年度 FY22/3 年度 FY23/3 年度 FY24/3 年度 FY25/3 年度

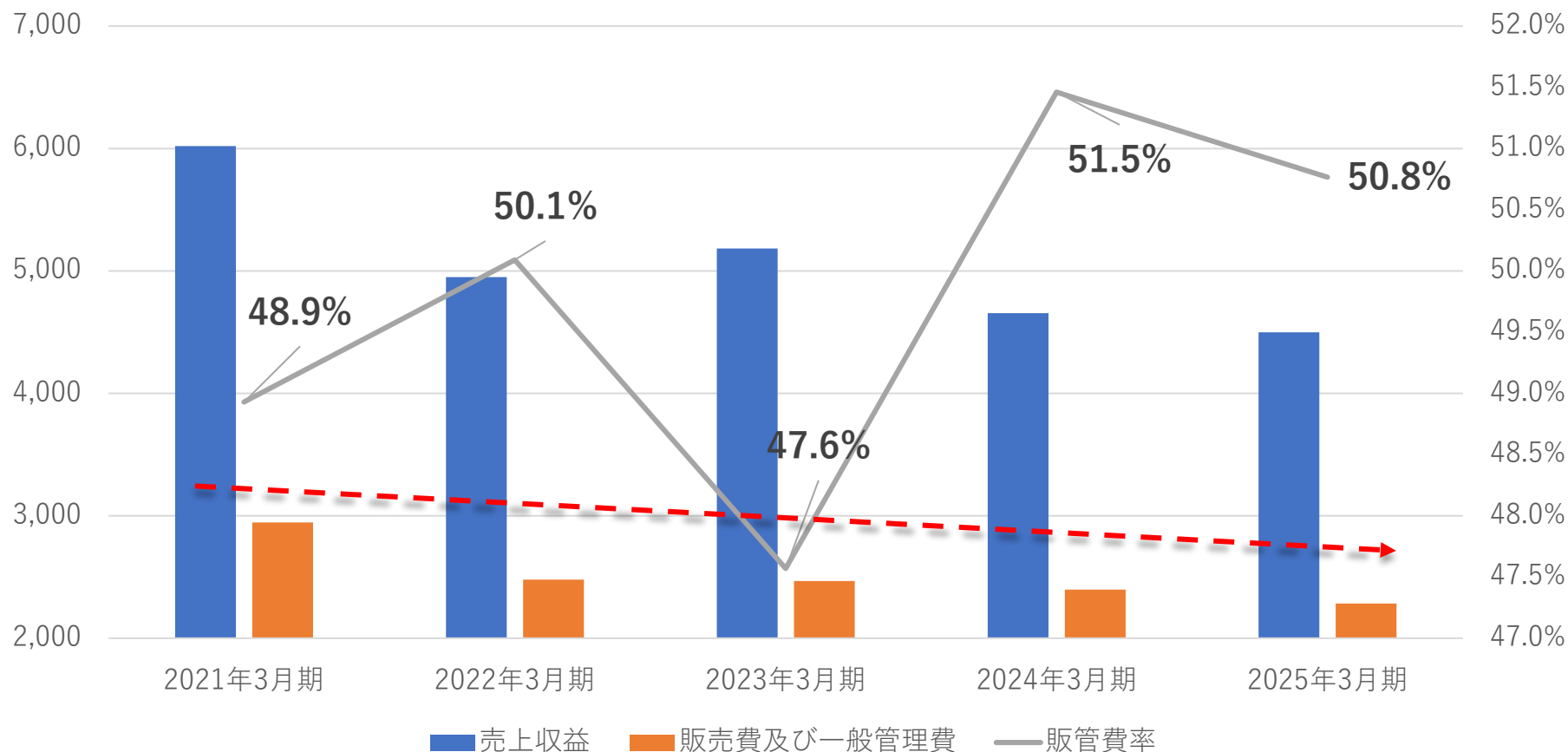
● 営業利益率

・販売費及び一般管理費は年々減少傾向にあり、2025年3月期は2,284百万円と5年間で最も低い水準となりました。一方で販管費率は高止まりしており、売上収益の減少に伴い2025年3月期も50.8%と依然として高い水準にあります。

単位：百万円

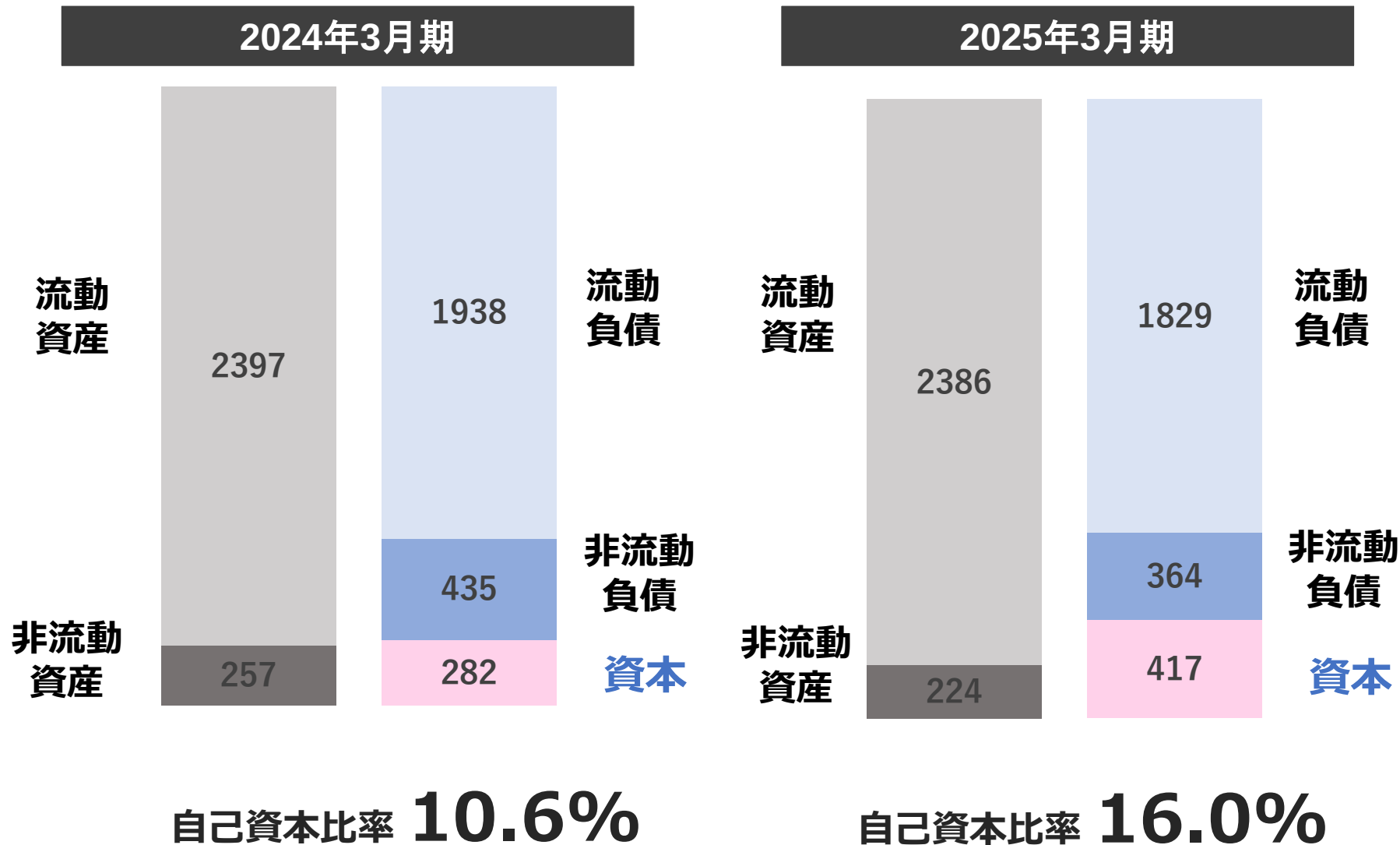
売上収益と販売費及び一般管理費 販管費率

単位：%



自己資本比率は改善し、16.0%となりました。

単位：百万円

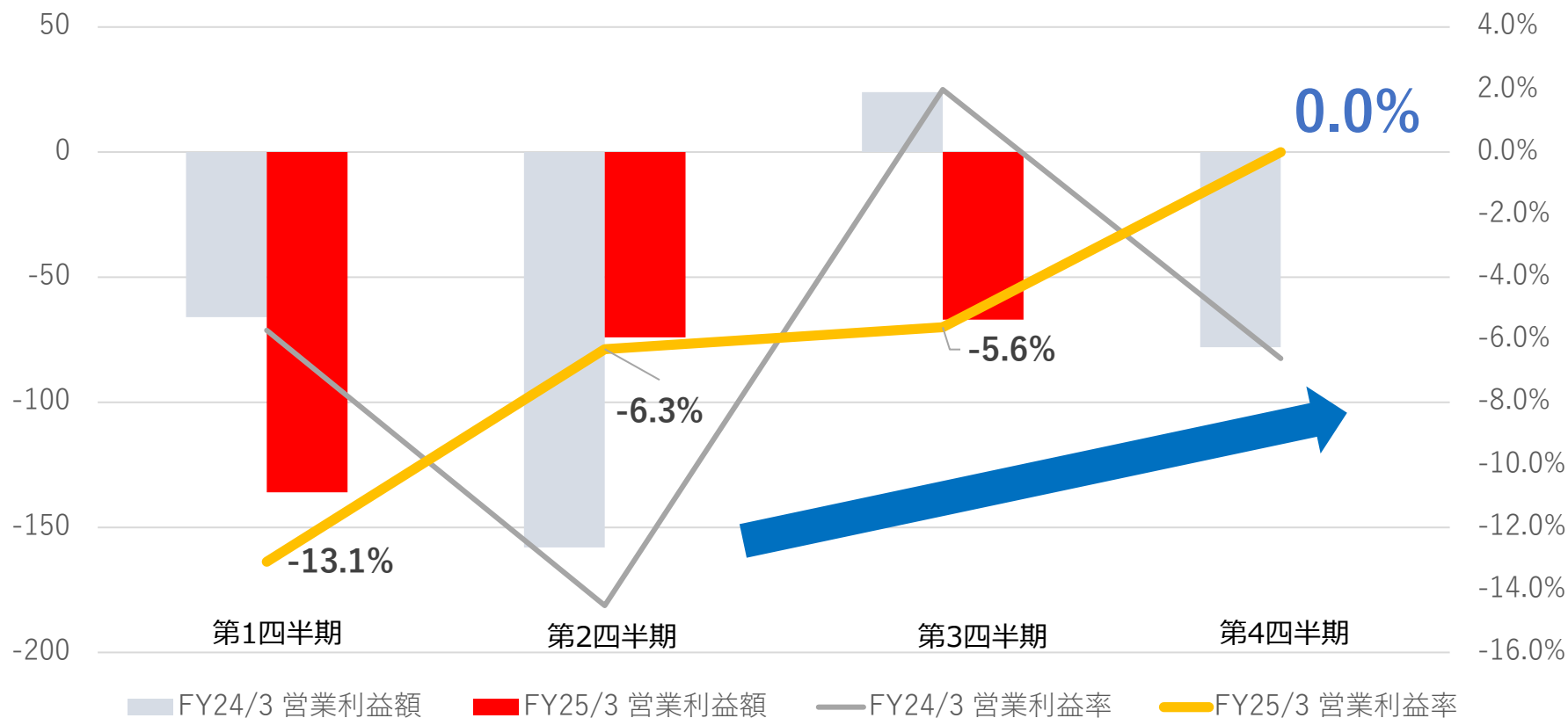


2024年7月の体制変更により、海外販路強化、販管費の見直し、社風改善に取り組んで参りました。2025年3月期Q1では、営業利益額 -136百万円 (-13.1%)でしたが、四半期毎に改善効果がみられ、2025年3月期Q4では、営業利益額0.3百万(+0.0%)まで回復しました。

営業利益額及び営業利益率 推移

単位：百万円

単位：%



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）

イタリアミラノ起源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。

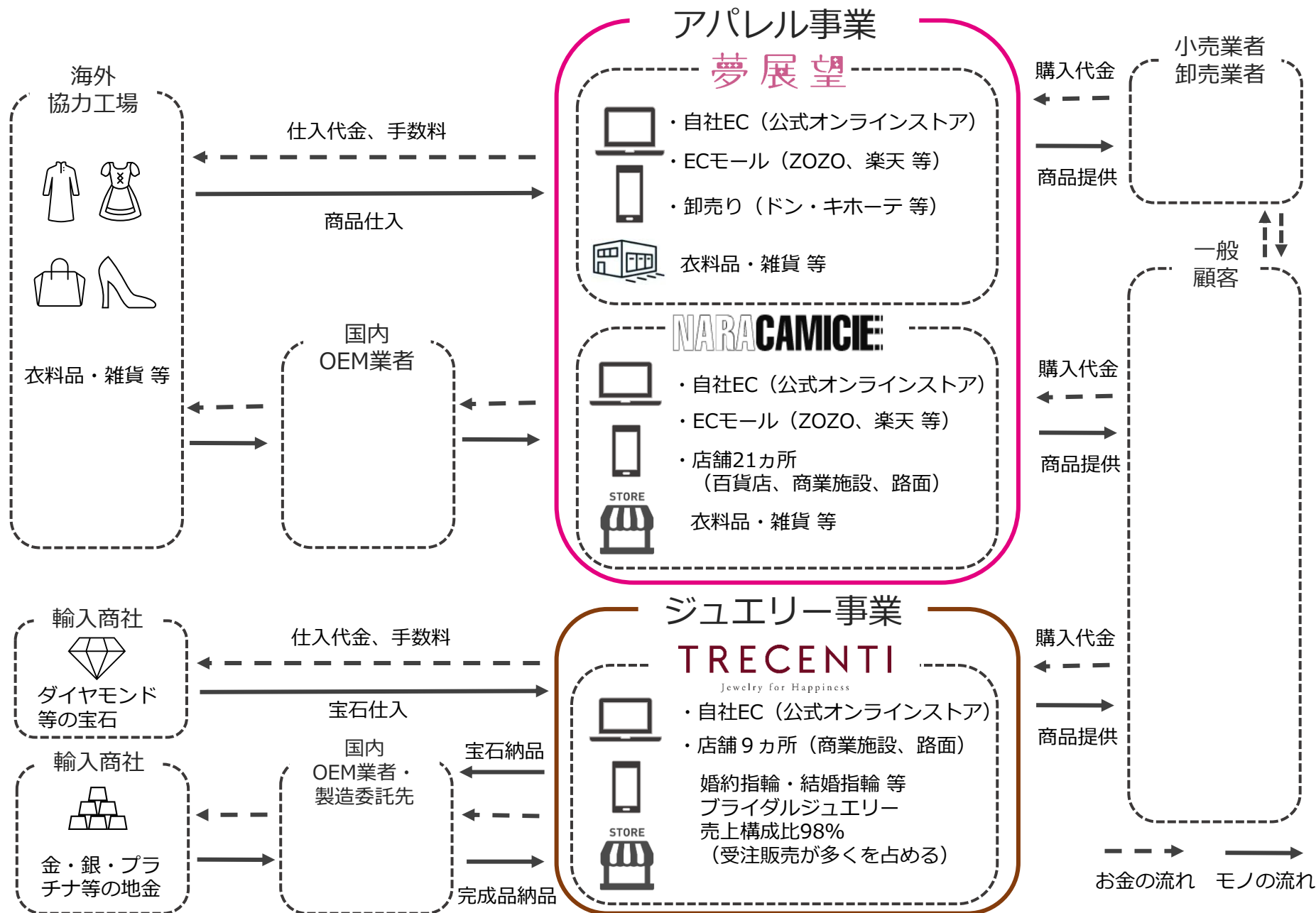


夢展望

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。



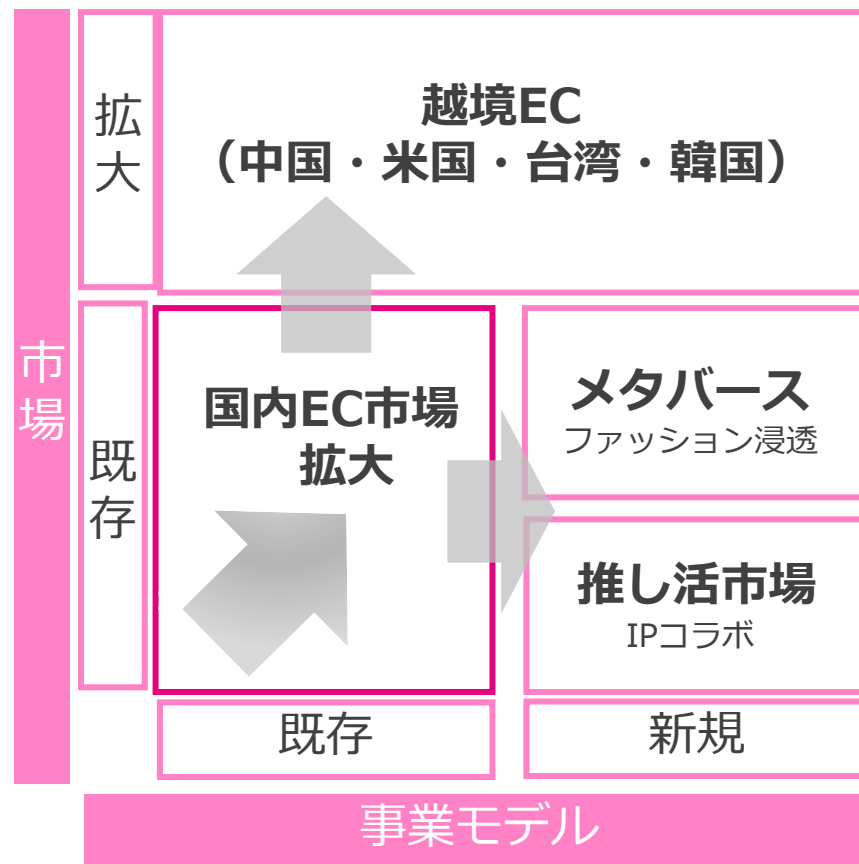
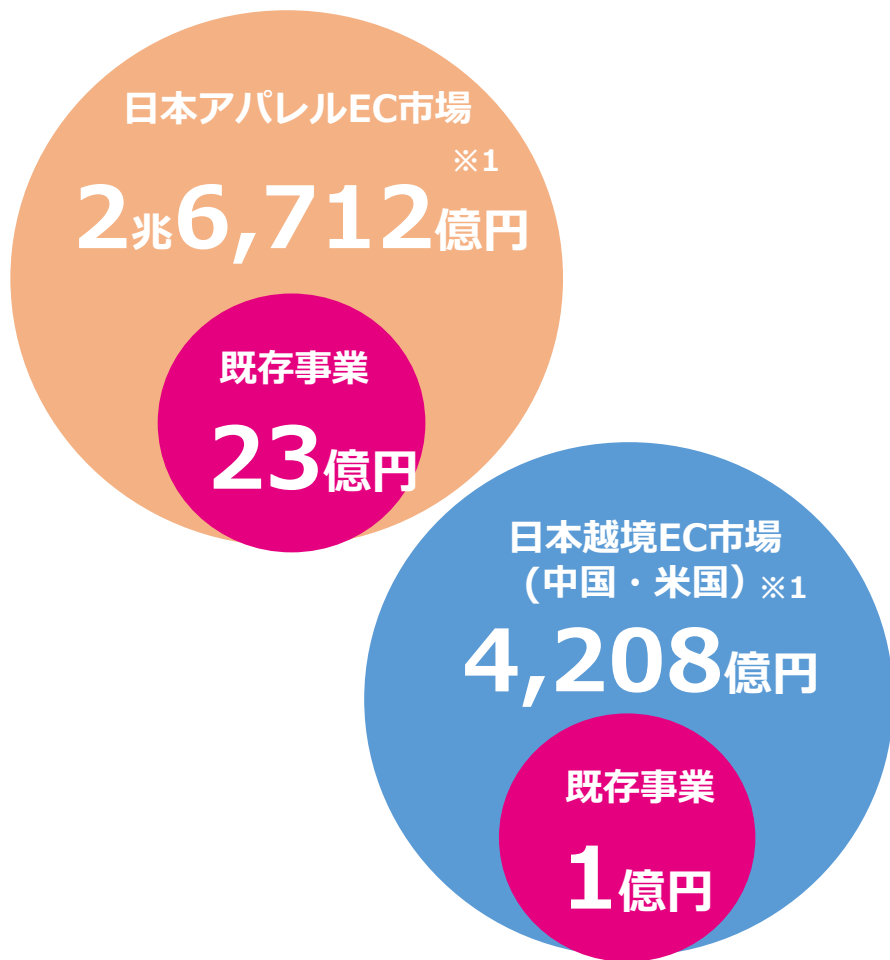


0 3

市場環境

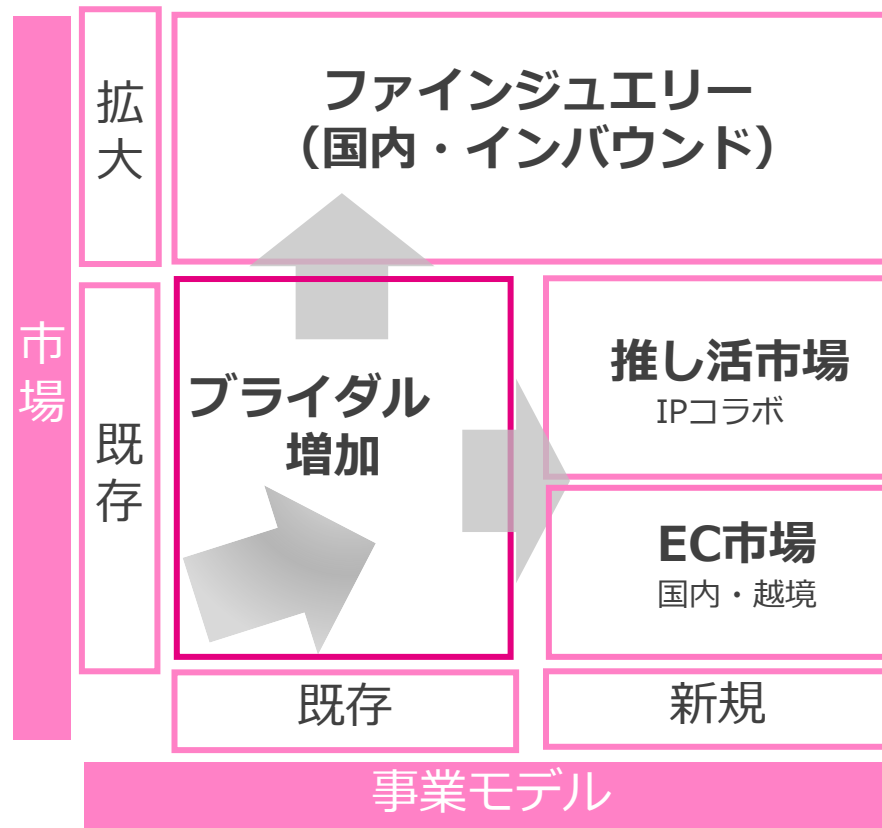
- 0 1 | 決算概要
- 0 2 | ビジネスモデル
- 0 3 | 市場環境**
- 0 4 | 競争力の源泉
- 0 5 | 事業計画
- 0 6 | リスク情報

2023年日本アパレルECの市場規模は2兆6,712億円、EC化率は22.9%とEC化が進む業界と言われています。また、越境EC（中国・米国向け）の市場規模も4,208億円と拡大しており、特にアパレル分野も伸長しております。



※1 令和5年度 デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）報告書 出典：経済産業省

2024年日本ジュエリーの市場規模は前年比108.1%の1兆1,306億円と予測されています。特にインバウンドが好調であり、ブライダルジュエリーも婚姻組数が伸びない状況下で、販売単価が上昇傾向にあります。



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

✓SPAモデルによる迅速な商品展開

企画・デザインから生産、販売までを自社で一貫して行うSPA（製造小売）モデルを採用しています。これにより、トレンドの変化に迅速に対応し、商品を小ロットで投入することで、在庫リスクを抑えつつ多様な商品展開を実現しています。

✓海外市場への積極的な展開

台湾、韓国、中国、米国などの海外市場に向けて、現地の大手ECプラットフォームと連携し、越境ECを本格化しています。これにより、日本の「カワイイ」ファッションを海外の若者にも提供し、グローバルなブランド認知を拡大しています。

✓デジタル技術を活用したマーケティング

ライブコマースやSNSを活用し、KOL（Key Opinion Leader）やアンバサダーによるプロモーションを展開しています。これにより、商品の魅力やブランドの世界観をリアルタイムで消費者に伝え、購買意欲を高めています。



✓シャツ・ブラウスに特化した専門性

ナラカミーチェ（NARACAMICIE）は、1984年にイタリア・ミラノで誕生したレディースシャツ・ブラウス専門ブランドで、豊富なデザインとカラーバリエーションを提供することで、シャツ・ブラウスをファッションの主役として位置づけています。

✓女性の体型にフィットする立体的なデザイン

ブランドのアイテムは、女性の丸みのある身体に心地よくフィットするように設計されており、立体的なパターンや美しい襟あきのデザインが特徴です。特にフリルブラウスは、芸術的な美しさと躍動感を持ち、幅広い世代から支持されています。



✓コンフォートリングによる優れたつけ心地

「コンフォートリング」は、内甲丸加工を採用し、指に優しくフィットする設計が特徴です。熟練の職人による手作業での研磨により、指あたりが滑らかで、長時間の着用でも快適さを維持します。

✓ダイヤモンドの品質と希少性へのこだわり

GIA認定のグレーダーが厳選した高品質なダイヤモンドを使用しています。また、希少価値の高い天然ピンクダイヤモンドや、双子ダイヤモンド（同じ原石からカットされた2つのダイヤモンド）など、特別な意味を持つダイヤモンドも取り扱っています。

✓充実したアフターサービス

サイズ直し、磨き直し、洗浄、ゆがみ直し、石落ち保証など、50年後、100年後も安心して使用できるよう、充実したアフターサービスを提供しています。これにより、購入後も長期間にわたり指輪の品質と美しさを保つことができます。



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

前期取り組みの振り返りから2026年3月期の計画

夢 展 望

女性向けアパレル商材の志向の多様化が進み、さらには従来とは異なる季節の対応力が、益々重要になってきています。商品企画及び商品発売時期を、気温の変化に柔軟に対応したMD計画に切り替えて参ります。今期は、従来より夏季商材の販売期間を延ばしていく計画です。また、SNSマーケティングもターゲット層に合わせた戦略を再考し、TikTokを中心にライブコマース販売にも参入する計画です。

NARACAMICIE

主力商品であるシャツ・ブラウスの原価率の悪化に対応するため、仕入条件の見直しを実現し、2025年SS商品の原価率は前期と比較して2.5%が削減されました。一方で、店舗の主な出店先である百貨店がインバウンドで好調のなか、婦人服売場は苦戦しています。今期、売場効率の悪い店舗はスクラップ&ビルドをしていきます。不採算店でご購入して頂いているお客様を自社ECにシフトしていくために、基幹システム変更を実施し、ローコストオペレーションモデルにシフトしていく計画です。

TRECEN TI
Jewelry for Happiness

ブライダルジュエリー市場が増加していくなかで、店舗販売員向けの社内トレーニングを充実させることによって、カウンセリング力を強化し成約率と購入単価をアップさせていきます。また、新規事業として、インバウンド顧客向けの接客強化、ファインジュエリー商材の強化を図って参ります。また、集客方法においても、従来のマーケティング手法に加え、InstagramをメインにSNSマーケティングを強化して参ります。

夢展望

1. 自社EC集客のためコラボ商品の拡大

近年市場が拡大している推し活市場に参入するため、人気IPと人気インフルエンサーとのコラボしたアパレル販売を本格的に開始してきました。2024年9月にXで約50万人以上のフォロワーを持つ「Honeyworks」、2024年12月に世界的有名なアニメ【推しの子】、2025年2月に楽天ROOMで人気のインフルエンサー「Shiori」さんとのコラボした商品を販売を実現致しました。今後も、新しい顧客獲得のために、マーケティングの手法としてコラボ商品の開発に取り組んで参ります。



HonyWorks×DearMyLove



【推しの子】×DearMyLove



【Shiori】×bohmal

夢展望

2. 越境ECを皮切りに海外進出

主幹ブランドである「DearMyLove」を、ファッションだけではなく、日本のカルチャーとして、海外展開を加速しました。メインである中国向け越境ECに本格参入し、同時に中国で人気のSNS「小紅書」(*中国版Instagramと言われる/MAU 3 億人)では、夢展望アカウントを立ち上げました。中国インフルエンサーと連携して、現地ユーザー向けに情報発信を行い、現在、小紅書のフォロワー数は2万8,000人を超えております。また、欧米ユーザー向けには、ebayと連携し、商品販売を開始しました。2024年度の海外顧客向け出荷金額は約104百万円（前年同期比の約270%）と大幅に伸長しております。今後は、中国で製造された「DearMyLove」商品を、中国国内の小売業への展開を開始する計画です。



中国SNS「小紅書」
夢展望アカウント



中国SNS「小紅書」
インフルエンサーによる販売



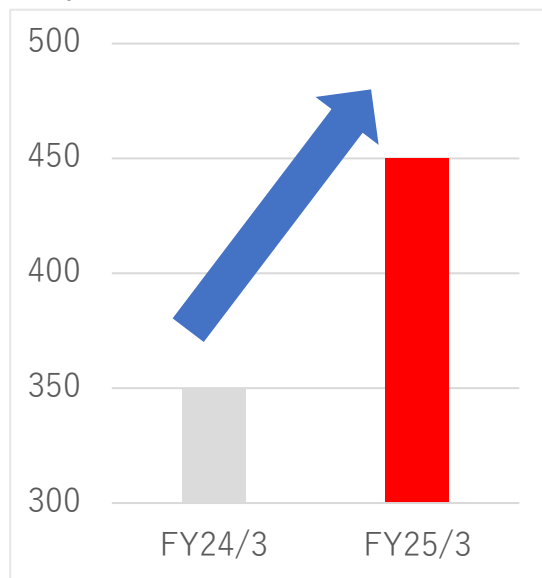
ebay
夢展望アカウント

夢展望

3. SNSマーケティングの強化

各ターゲット層に合わせてSNSマーケティングを強化して参りました。SNSフォロワー数は、2024年3月度から2025年3月度において、約1.3倍に拡大できました。Instagram及びTikTokでのライブ配信の開始、中国SNS【小紅書】での開始、コラボ商品と連動したSNS告知も推進して参りました。その結果として、直近の自社ECにおいて、SNS経由の流入は15%を超えて、大幅に伸長しております。

単位：千人



夢展望SNSフォロワー数



中国SNSでのライブ販売

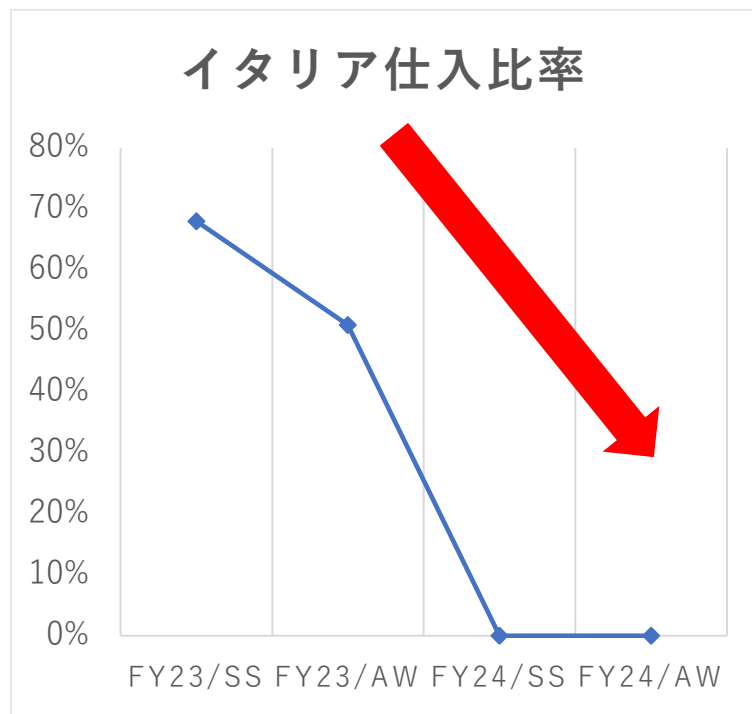
コラボ商品と連携した
SNS拡散

NARACAMICIE

1. イタリア依存の見直し

仕入先をイタリア依存から脱却し、前期はイタリアからの仕入を0%に変更致しました。

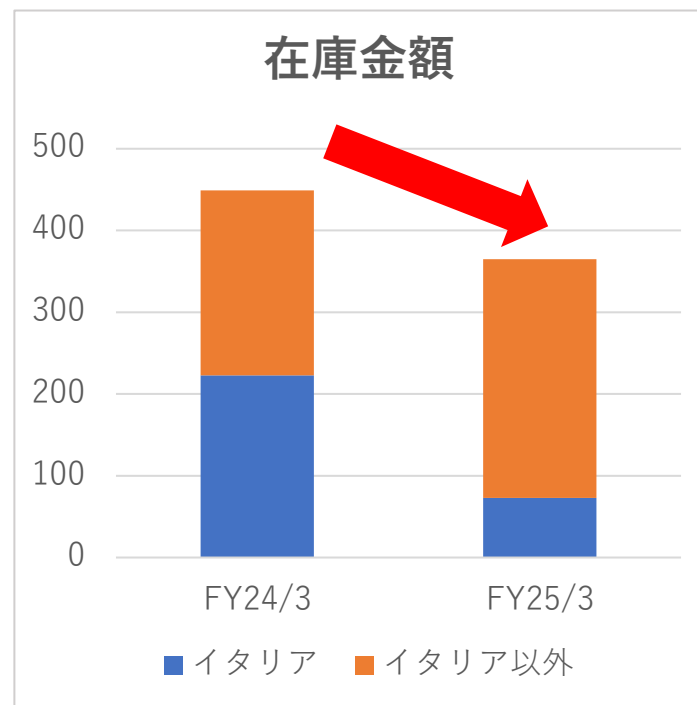
単位：％
of 全体仕入金額



2. 仕入量の見直し

イタリア以外からの仕入先に切替え、在庫もコントロールしやすくなり、期末在庫も4.5億円から3.6億円に圧縮致しました。

単位：百万円

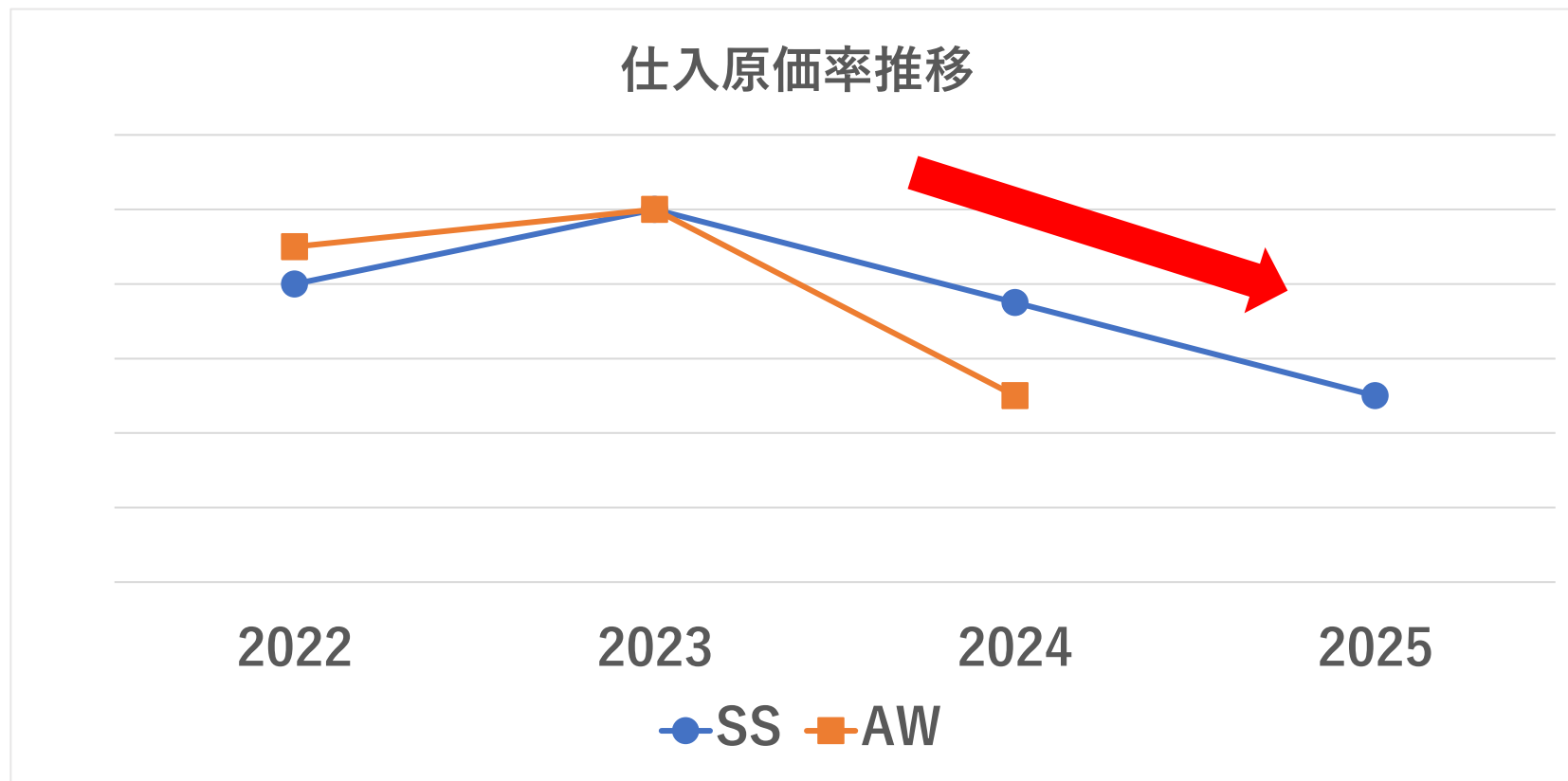


NARACAMICIE

3. 仕入価格の上昇抑制

主力シャツ・ブラウスの仕入価格の高騰、輸入コスト、為替リスク等による商品原価率の悪化に対して、仕入原価率の低減に取り組んで参りました。イタリア以外からの仕入に切替え、2024年AW、2025年SSと堅調に効果が出てきております。

単位：％ of 販売価格



TRECENTI

Jewelry for Happiness

1. ブライダル商品の開発とストーリー強化

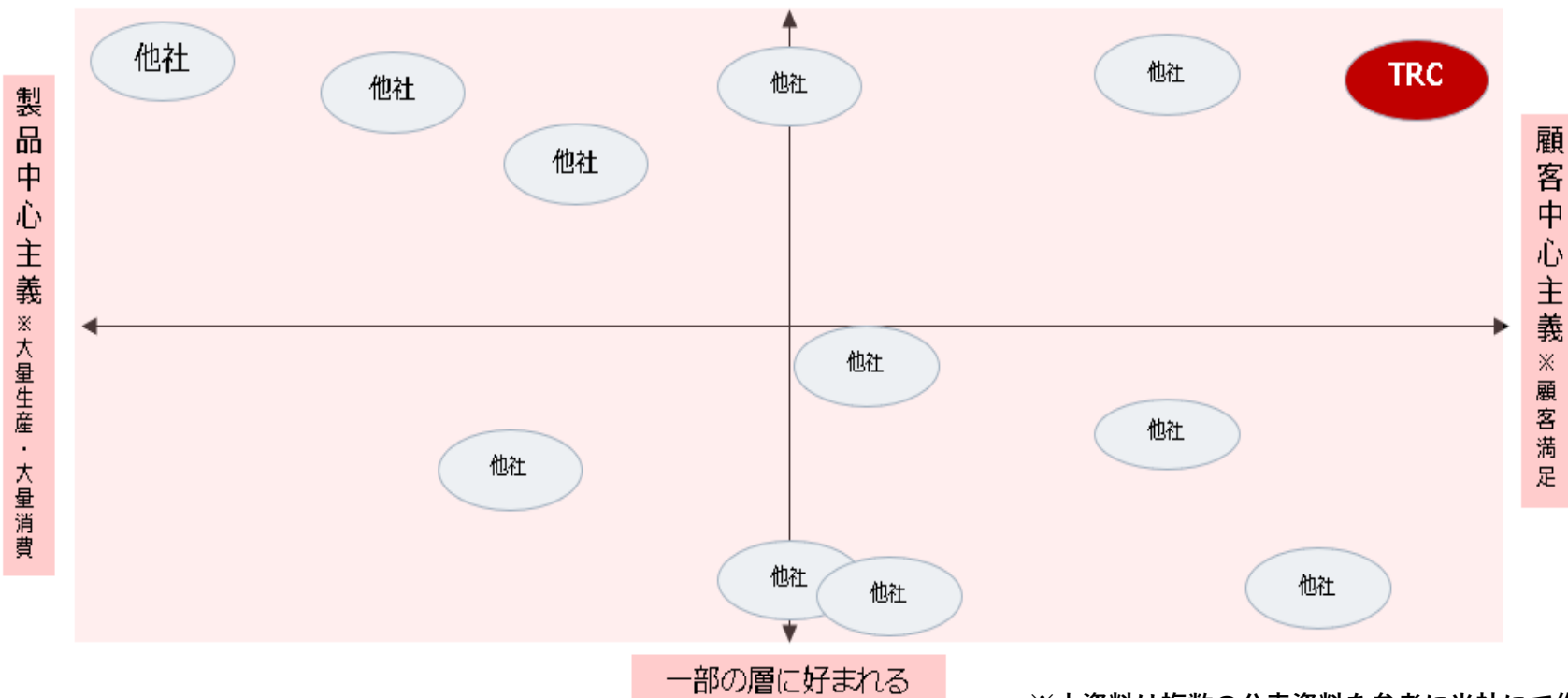
ブランド戦略の判断軸 = 「一生の約束にふさわしい品質とサービス」

価値(一生の約束にふさわしい品質とサービス)をどのように届けるのか・各要素が連動しているか。

商品 価格 流通 広告 全ての顧客接点に置いて同じ印象を与えられるか。

ポジショニングの明確化

幅広い層に好まれる



※本資料は複数の公表資料を参考に当社にて作成

TRECENTI

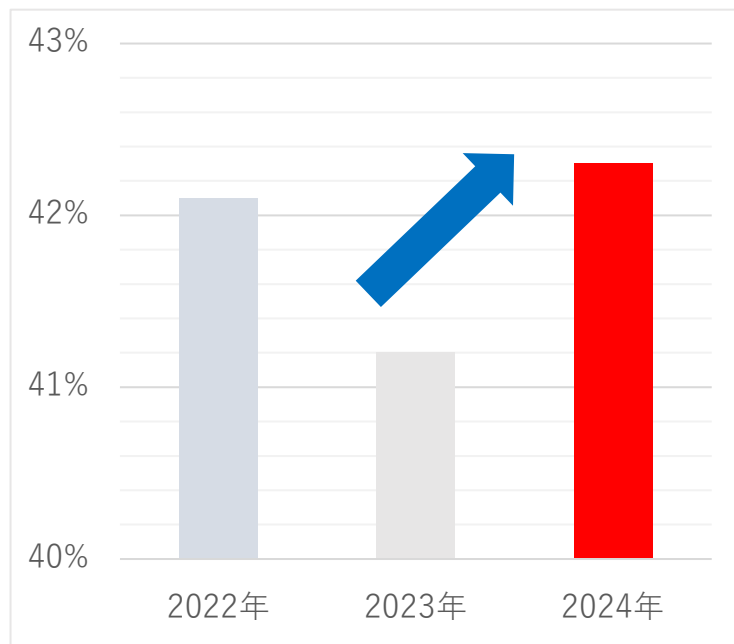
Jewelry for Happiness

2. カウンセリング接客人材の育成

ブライダルジュエリー市場が増加していくなか、店舗販売員のカウンセリング力を強化すべく、社内トレーニングの充実を図って参りました。私たちがこだわるのは、単なるジュエリーの提供ではなく、「人生の、かけがえのない瞬間」という価値の創造です。結果として、成約率と購入単価がアップしております。

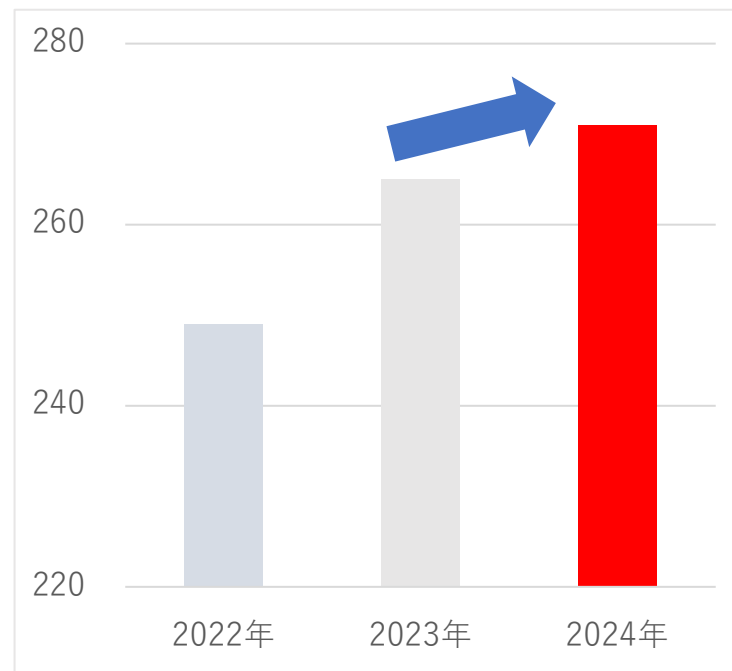
単位：％

＝購入者数/ 来店者数



店舗成約率のアップ

単位：千円



購入単価のアップ

夢 展 望

NARACAMICIE

TRECEN TI
Jewelry for Happiness

2025年3月期

2026年3月期

2027年3月期

ビジネスモデルの転換

- ・ Dear My Loveの海外展開の拡大
- ・ 自社ECと出品EC（ZOZO、Amazon）の共存
- ・ 推し活市場に適応したSNS発信及び商品開発

収益ポートフォリオの確立

- ・ EC向け物流コストの低減
- ・ 生産拠点の見直しによる仕入価格の低減
- ・ SNS自前ライブによる集客によるコスト低減

コスト構造の見直し

- ・ 不採算店舗のスクラップ&ビルド
- ・ EC基幹システムのコスト抑制
- ・ ブランド集約による販売効率化

収益ポートフォリオの確立

- ・ LTVを高めるロイヤルカスタマー戦略
- ・ 生産拠点の見直しによる仕入価格の低減
- ・ 店舗販売員の営業強化による成約率改善

ビジネスモデルの転換

- ・ 不採算店舗のスクラップ&ビルド
- ・ ファインジュエリーへの参入
- ・ SNS強化による新規顧客の獲得

収益ポートフォリオの確立

- ・ 店舗販売員の営業強化による成約率改善
- ・ ファインジュエリーの国内外EC強化
- ・ IPコラボとの推し活ジュエリーへの参入

① アパレル 海外売上アップ

- ✓ 中国国内での販売強化
- ✓ 越境ECの販売国拡大

② コラボ商材 売上アップ

- ✓ アニメやゲーム関連とのコラボ商大拡大
- ✓ インフルエンサーとの施策の拡大

③ SNSによる顧客囲い込み

- ✓ 世代別・商品別マーケティング強化
- ✓ 中国SNS「小紅書」の強化

④ 棚卸資産の圧縮

- ✓ 滞留在庫の消化促進
- ✓ 新商品の適正発注数への変更

⑤ EC物流費の削減

- ✓ 在庫圧縮による賃貸面積の縮小
- ✓ 中国から日本消費者への商品直送

⑥ 販売費及び一般管理費の削減

- ✓ 子会社不採算店舗のスクラップ&ビルド
- ✓ 固定費の見直し

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	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が大きく出ないよう交渉、取引している。また、原材料価格に応じた価格改定を行っている。
気候変動	アパレル	異常気象による需要の変動や予測困難化のリスク	中/短期	季節変動に応じた商品構成や販売期間の柔軟な調整から、仕入れや販売戦略の見直しを図る。
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、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。 - 関税の変動や輸出入規制の強化といった各国政策変更 に 注 視。
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	今後、金融機関から融資を受けた場合に、財務制限条項の付与の可能性	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。

※有価証券報告書の「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報告書の「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にもとづくものです。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。

当資料のアップデートは、年次決算の発表時期（2026年5月頃）を目途として開示を行う予定です。

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