

夢 展 望

第17期 株主通信

平成25年10月1日～平成26年9月30日



www.dreamv.co.jp

◆ Top Message



代表取締役社長
岡 隆宏

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

さて、第17期(平成25年10月1日から平成26年9月30日まで)株主通信をお届けするにあたり、謹んでご挨拶申し上げます。

【今期の振り返り】

今期の当社の業績は、非常に厳しいものとなりました。

顧客層拡大の目的で、前期までの顧客層とは異なる顧客層へ訴求するため、高価格帯商品や女子小学生用商品などの新規ブランドの立ち上げ等を積極的に進めてまいりましたが、売上高は想定を大きく下回り、ブランドの認知度を向上するための人件費や広告宣伝費等により、販売費及び一般管理費が大幅に増加する結果となりました。

また、当社の既存顧客層(10代後半から20代前半のヤングレディース)をターゲットとする主要ブランドに関しましても、ファッショントレンドが大きく変化し、当社の「ギャル」色の強いブランドイメージとトレンドとの間に乖離が生じたことや、円安で仕入原価が高騰したことにより価格転嫁を行ったことも影響し、想定を大きく下回る結果となりました。

新旧ブランド商品の販売不振により過剰在庫が発生し、セール販売を多用したことや、売れ残り在庫商品の評価損失を計上したことにより、売上総利益率も大きく低下する結果となりました。

【ギャルイメージからの転換】

上記のとおり、現在トレンドではなくなりつつあるギャル系ファッションのイメージが当社に定着しているため、それを払拭する戦略を展開してまいります。すでに実施済みである、自社販売サイトのギャル色の強いイメージを取り除くりニューアルや、当期の後半に立ち上げたカジュアル系新ブランドの中長期的視点での成長戦略、そして既存主要ブランドをト

レンドにマッチさせるリブランド戦略、あるいは既存顧客層向けの新たなブランド展開により、イメージチェンジを図ってまいります。

このように、これからの当社にとっては、既存顧客層を再構築・立て直ることが最大の課題であると考えており、高価格帯の購入層を狙った新規ブランドと女子小学生向け新規ブランドの継続は断念し、既存顧客層向けの訴求に専念してまいります。そして、国内の大型ベーシックブランドや、台頭する低価格外資系ファストファッションに対抗するべく、全社的なブランド管理の強化施策を実施してまいります。

【MD(マーチャンドライジング)の強化】

当社は、これまで、商品企画の体制がブランドごとに独立しておりましたが、マーケットトレンドの分析や、全体的な商品開発の方向性を調整する役割であるMD(マーチャンドライジング)部門を強化することにより、全社的に統合管理ができる体制に切り替えます。これにより、トレンドを外すことなく、ブランド間の商品の重複も減らすことができ、お客様の求める商品を、いつ、どこで、いくらで、どれくらいの数量で、仕入れ・販売するのかを判断する精度を向上させ、売上・利益の向上、来客数の増加を狙うことが可能となります。

したがって、このMD部門の強化のため、人員の確保・育成に努め、マーチャンドライジングの精度向上を進めるとともに、MD部門と社内外の組織・機関との連携を強め、情報収集の強化と情報交換の徹底にも努め、お客様の求めているものを追い求めてまいります。

【オムニチャネル戦略の一環としての実店舗展開】

当社は、オムニチャネル戦略の一環として、実店舗販売にも取り組んでおります。当社のインターネット通信販売における認知度を実店舗への集客につなげるとともに、インターネット通信販売で購入をためらっていた潜在顧客に、実店舗での購入機会が安心感を与え、その後のインターネット通信販売での購入障壁を下げる等、新規顧客獲得の相乗効果を見込んでおります。そして、インターネット通信販売の既存顧客に対しても、実店舗という購入手段の選択肢を拡げるだけでなく、「店頭取り寄せ・試着サービス」の導入といった顧客の満足度と利便性を高める施策を推し進め、購買機会の最大化を図っております。

また、大阪梅田のHEP FIVEや池袋パルコの「mon Lily」店の常設店舗に加え、大手商業施設・SC等にて短期間の催事出店も行っており、売上等実績への寄与とともに、当社の認知度向上という点においても一翼を担えるものと考え、当期より事業を開始しております。

◆ Topics

カジュアルブランド「CheLic(チェリック)」を発表

当社では、これまでヤングレディースアパレルの中でもエッジの効いたデザインのブランド開発を得意としてきました。しかし市場の求めるデザイン性が多様化してくる中で、既存のブランドだけではファッションが好きですべての女性ユーザーの期待に応えられないと考え、これまでにないテイストのブランドを立ち上げました。



「CheLic(チェリック)」は、19歳～20代後半の幅広い層の女性がデイリーに使えるカジュアルアイテムを提案するファストファッションブランドです。アメカジやトラッドをベースにしながらその時々フェミニンやモード(マニッシュ)などのトレンドとミックスし人それぞれの「喜びや楽しみ」の瞬間に自然と溶け込めるようなファッションアイテム、デイリー性が強く“遊び心”のあるワクワクする商品を提供します。

OLのデイリースタイルを提案するブランド「Rinamour(リナムール)」を発表

当社は、ギャルテイストの商品を得意としてきた一方で、スーツセットなど、働く女性に必要かつ実用的なアイテム(スーツなど)をお手頃な価格で展開し、支持を頂いてきましたが、この度、お客様からの「スーツだけではなく日常で着用できる通勤アイテムを作って欲しい」という声にお応えして、様々なオカージョンに活用できる女性らしいアイテムを揃えたブランド「Rinamour(リナムール)」を発表いたしました。

「Rinamour(リナムール)」は、「お花のある暮らしをイメージし、内面・外面共にフェミニンに着飾る大人デイリースタイル」、「思わず笑顔がこぼれるようなかわいいたいディテールを取り入れつつも、大人LADYのきちんと感を残した、いつまでも輝いていたい女性のためのブランド」をコンセプトとしております。

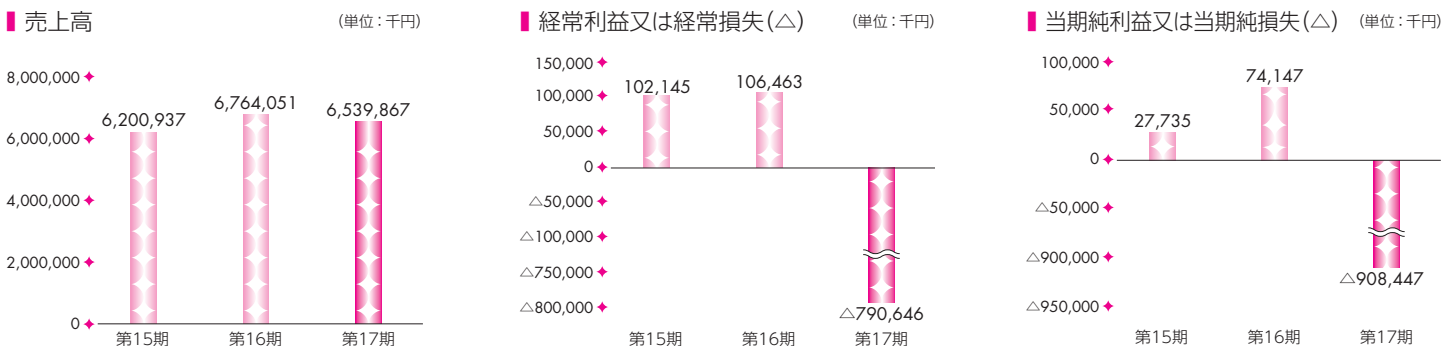
また、ソーシャルオカージョンアイテムとして、当社では初めてのパーティードレスを展開します。価格は、ドレスとしてはお手頃な価格帯を実現していますが、生地、縫製共にクオリティを意識した高品質な商品になっております。



◆ Financial Data

当連結会計年度の業績につきましては、売上高は6,539百万円(前連結会計年度比3.3%減)、営業損失は751百万円(前連結会計年度は営業利益167百万円)、経常損失は790百万円(前連結会計年度は経常利益106百万円)、当期純損失は908百万円(前連結会計年度は当期純利益74百万円)となりました。

連結決算ハイライト



◆ Corporate Data / Stock Information

■ 会社の概要

社名 夢展望株式会社
DREAM VISION CO., LTD.
設立 平成10年5月
資本金 592百万円
本社 大阪府池田市石橋三丁目2番1号
従業員数 連結: 220名 単体: 144名

■ 役員 (平成26年12月25日現在)

役名	氏名
代表取締役社長	岡 隆 宏
専務取締役	田 中 啓 晴
取締役	今 井 隆 一
取締役	阪 田 貴 郁
常勤監査役	吉 川 良 文
監査役	石 原 康 成
監査役	大 鹿 博 文

■ 株式の状況

発行可能株式総数 3,936,000株
発行済株式の総数 1,404,000株
株主数 1,324名

■ 大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
岡 隆宏	536	38.18
西 蘭 仁	150	10.71
田 中 啓晴	72	5.13
岡 美香	36	2.56
日本証券金融株式会社	20	1.47
BNP PARIBAS WEALTH MANAGEMENT SINGAPORE BRANCH	20	1.42
岡 諒一郎	18	1.28
岡 駿志郎	18	1.28
三菱UFJキャピタル2号投資事業有限責任組合	12	0.85
吉岡 智也	11	0.80

株主メモ

事業年度 毎年10月1日から翌年9月30日まで
定時株主総会 毎年12月開催
基準日 定時株主総会 毎年9月30日
期末配当金 毎年9月30日
中間配当金 毎年3月31日
そのほか必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日
公告方法 当社のホームページに掲載いたします。
<<http://www.dreamv.co.jp>>
ただし事故その他やむを得ない事由により電子公告をすることができないときは、日本経済新聞にて掲載いたします。
上場証券取引所 東京証券取引所
株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人事務取扱場所 大阪市中央区北浜四丁目5番33号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(郵便物送付先) 〒168-0063
東京都杉並区泉東二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(電話照会先) ☎0120-782-031
インターネットホームページURL <http://www.smtb.jp/personal/agency/index.html>