

2023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 堀 孝 子
(コード：3185 東証グロース市場)
問 合 せ 先 管 理 本 部 長 今 井 隆 一
(TEL. 072-761-9293)

事業計画及び成長可能性に関する事項について

夢展望株式会社（本社：大阪府池田市、代表取締役社長：堀 孝子）は、以下の通り、事業計画及び成長可能性に関する事項についての資料を開示いたします。

なお、本資料を使用した2023年3月期 決算説明会を以下のとおり開催いたしましたので、あわせてお知らせいたします。

記

○2023年3月期 決算説明会について

開 催 日 時：2023年5月31日 15：30

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：事業計画及び成長可能性に関する事項

【添付資料】

1. 決算説明会において使用した資料

以 上

夢 展 望

事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年5月
夢展望株式会社

0 1 | 2023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

01

決算概要 2023年3月期

- 01 | 決算概要
- 02 | ビジネスモデル
- 03 | 市場環境
- 04 | 競争力の源泉
- 05 | 事業計画
- 06 | リスク情報

2023年3月期 通期

売上収益	5,184百万円	(前年同期比 + 235百万円)
営業利益	△71百万円	(前年同期比 △ 97百万円)
当期利益	△132百万円	(前年同期比 △ 83百万円)



売上収益は **前期比4.7%増加** を達成

グループの新事業に助けられて増収増益となったトイ事業がその他の事業の底支えとなり売上は前期比増加しましたが、損益はカバーしきれずに、営業損益、最終損益共に前期比減益となりました。

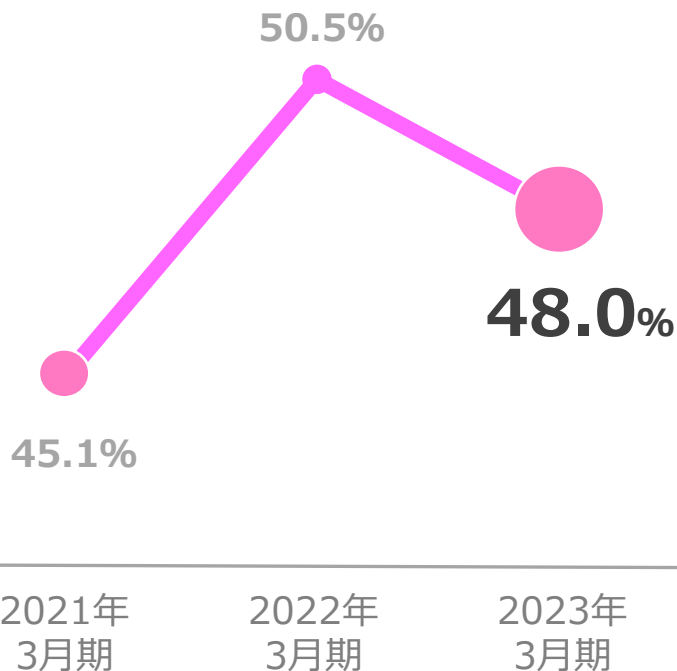
通期会計期間の比較

(百万円)	売上収益				営業利益			
	2022年3月期 通期	2023年3月期 通期	増減額	増減率	2022年3月期 通期	2023年3月期 通期	増減額	増減率
アパレル事業	3,220	3,110	△109	△3.4%	96	27	△68	△71.9%
ジュエリー事業	954	925	△29	△3.0%	52	△53	△106	—
トイ事業	774	1,148	374	48.3%	△12	54	67	—
その他事業※1	—	—	—	—	1	—	△1	—
調整額	—	—	—	—	△110	△100	10	—
合計	4,949	5,184	235	4.7%	26	△71	△98	—

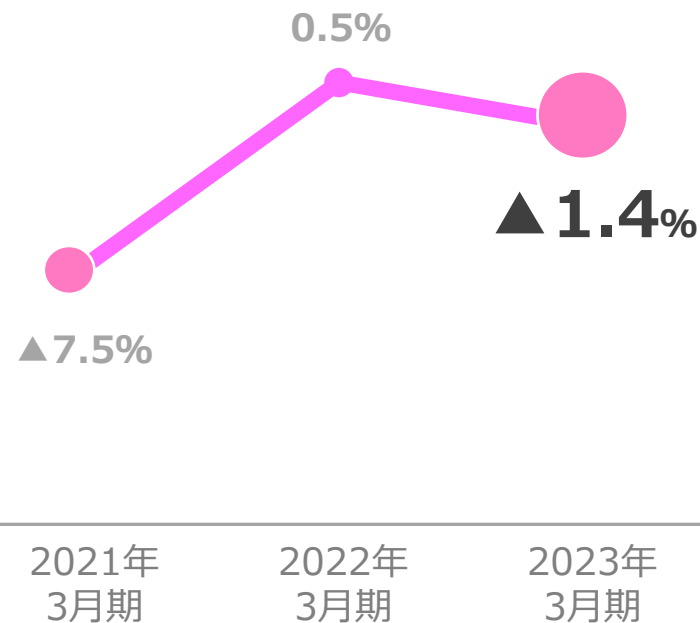
※1 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、物流支援業務、EC事業推進支援等のコンサルタント業務です。

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やや悪化するが、前々年同期に比べ改善。

売上総利益率

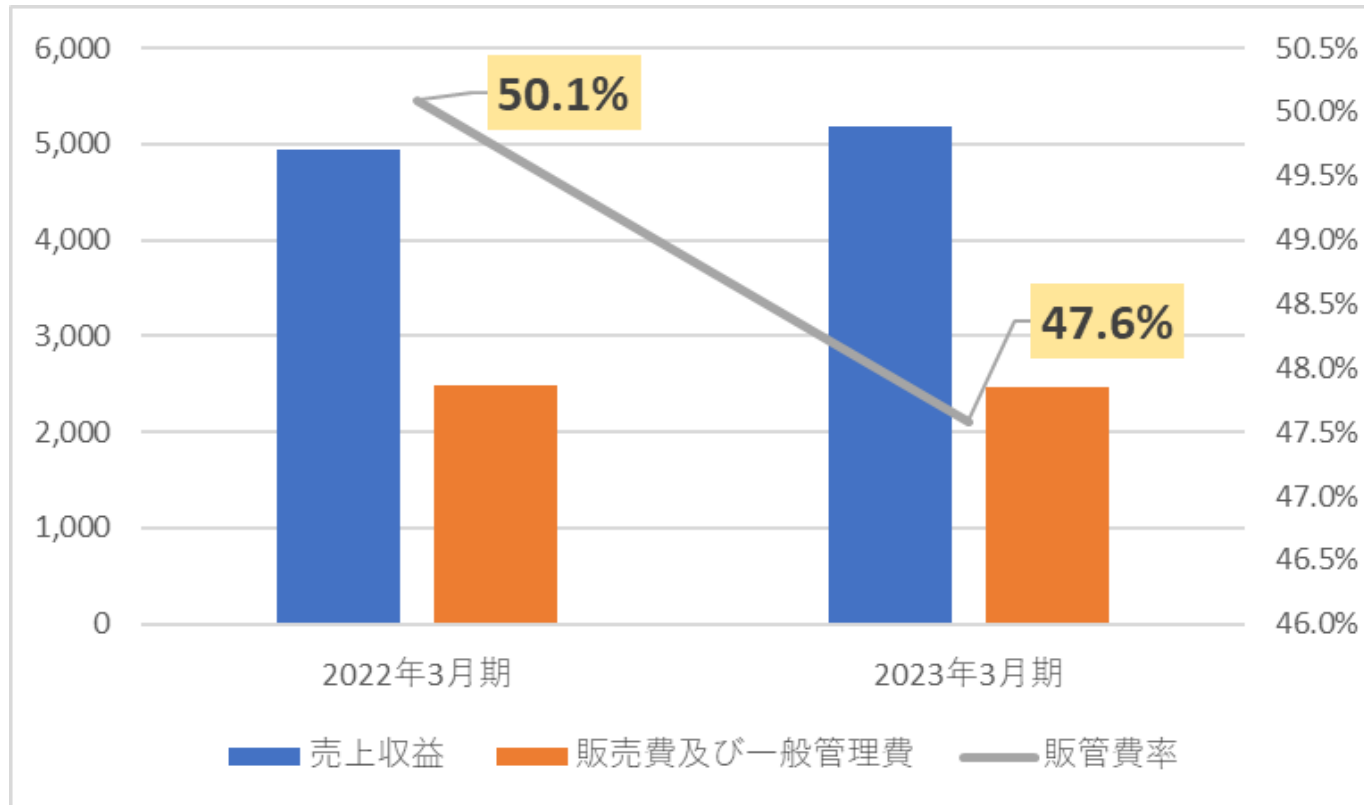


営業利益率



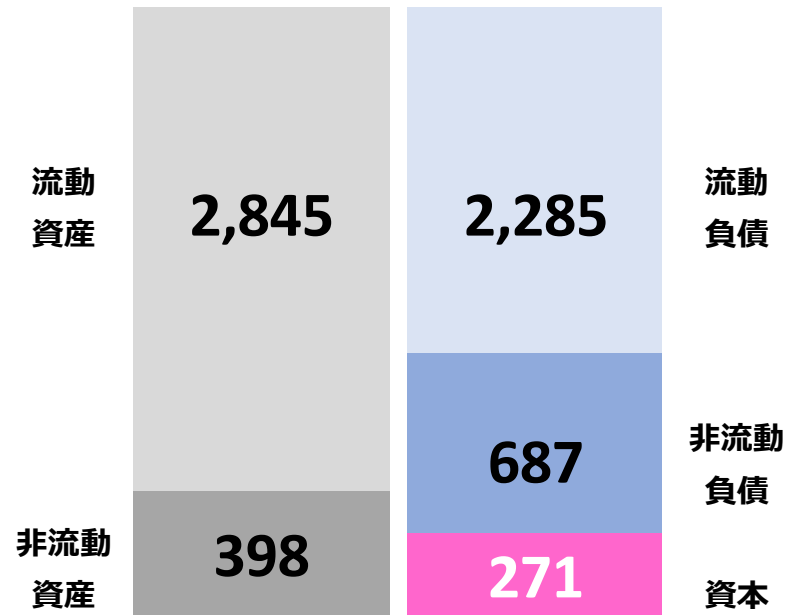
売上増加する中、販売費及び一般管理費は前年同期に比べ減少し、その結果、販管費率は前年同期に比べ改善した。

売上収益と販売費及び一般管理費 販管費率



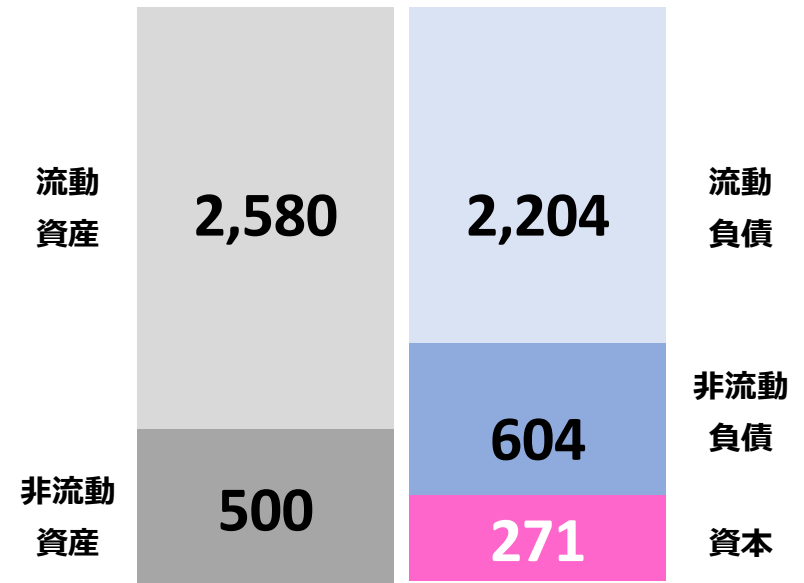
自己資本比率は改善。

2022年3月期期末



自己資本比率 8.4%

2023年3月期期末



自己資本比率 8.8%

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」「玩具事業」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。

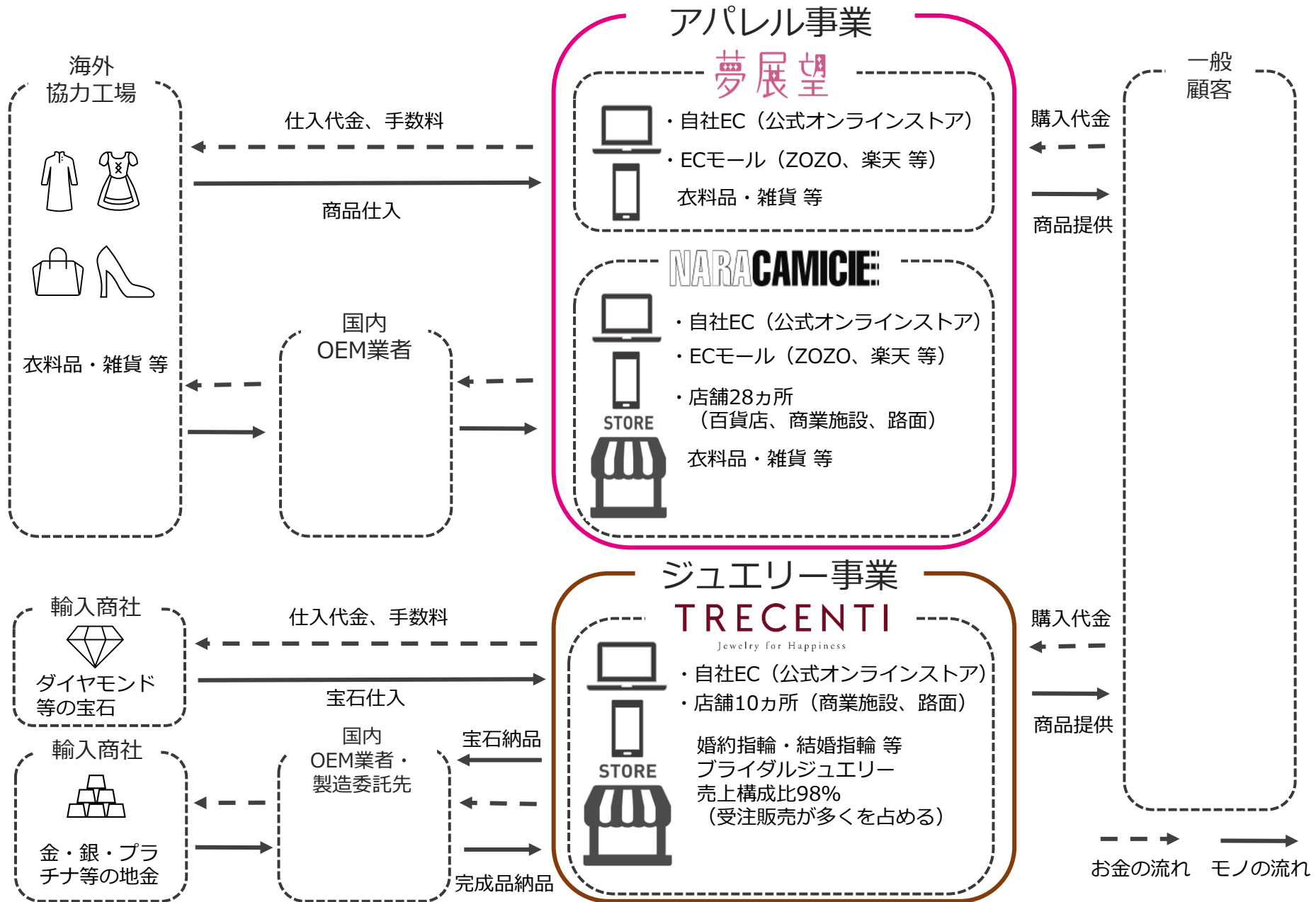


夢展望

夢新開発有限公司（玩具事業）

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。



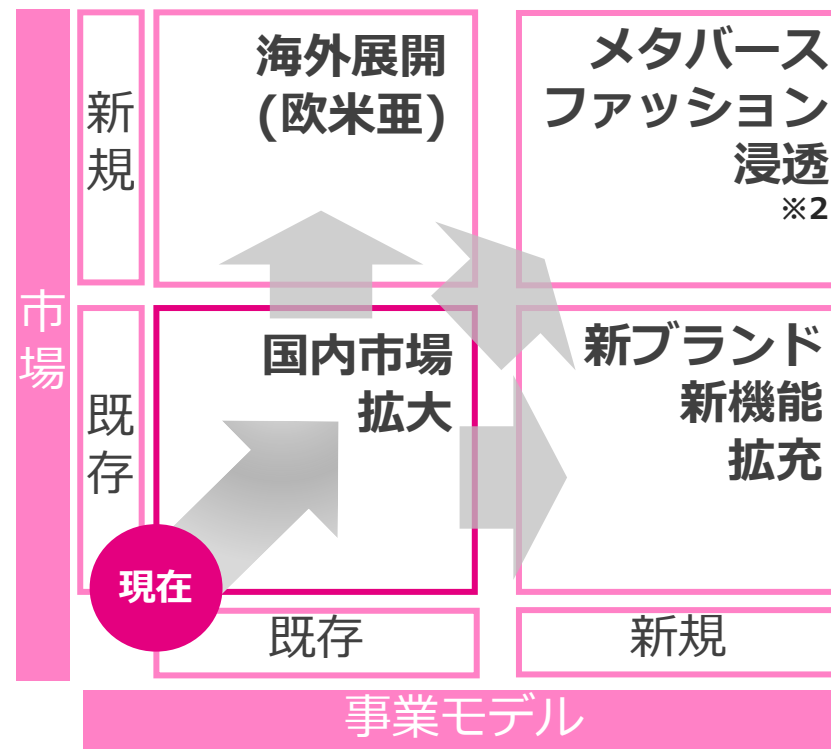


0 3

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2.4兆円。EC化率は21.15%と比較的EC化が進む業界。



※1 令和3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

※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

日本のジュエリーの市場規模は9,600億円。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」2021年度 出典：矢野経済研究所

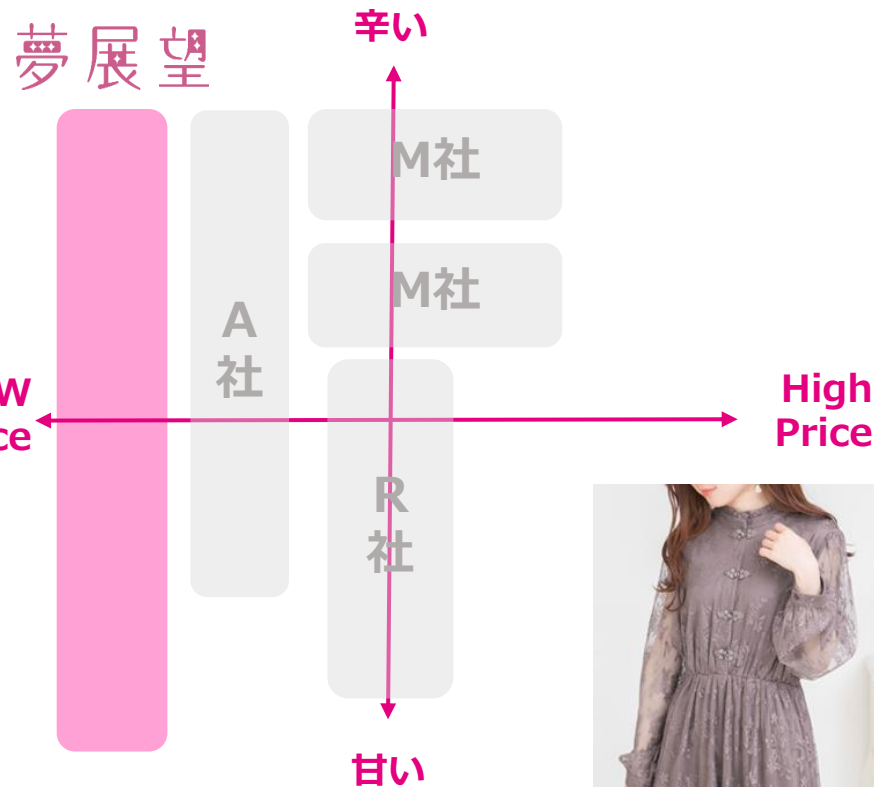
0 4

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。

オリジナリティを重視した商品開発及び、サイズ展開・丈展開・カラーバリエーション・テイストの豊富さを背景にした、ファッションの多様性に対応した提案が得意。



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も提供

- SPAで品質を保ちつつ低価格を実現
- 多方面のグループとのコラボも展開
- 何年にも亘り売れ続けているヒット

商品も多数



ECアパレル25年間のノウハウを自社公式サイトへの運用にも活かし、日々進化中

自社サイトのコンテンツが即時反映される公式アプリ導入により、特にスマートフォンユーザーのユーザビリティは格段に向上、又、トレンドのテーマを取り入れた豊富なコンテンツ展開により、頻りに訪れたいサイト作りを常にアップデート

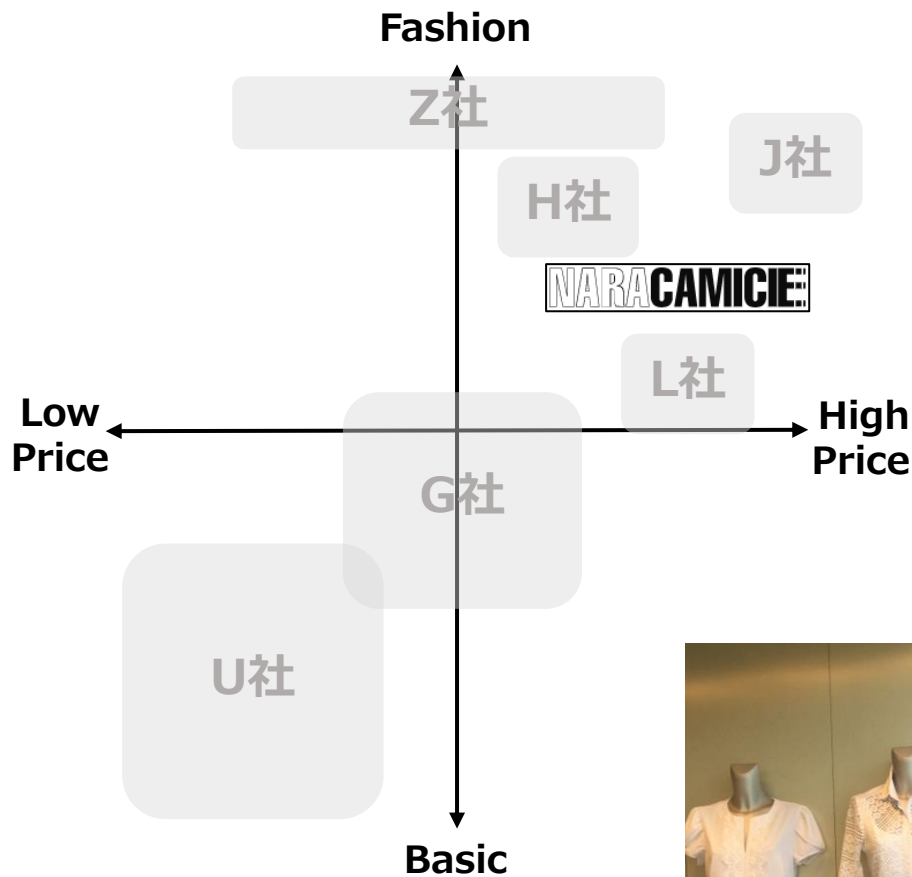
現在、公式サイト会員数は現在61万人、売上の85.7%がスマートフォン経由、13.7%がPC 経由、0.6%がタブレット経由（2023年3月末時点）

エンゲージメントマーケティングの更なる飛躍を目指す

- ▶ 多様なSNSチャネルへの対応とファン獲得による集客
- ▶ ライブコマースやDMなど、熱量の高いお客様の声をMDに反映
- ▶ 公式アプリのリプレースによりユーザビリティ及びCVR向上



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。

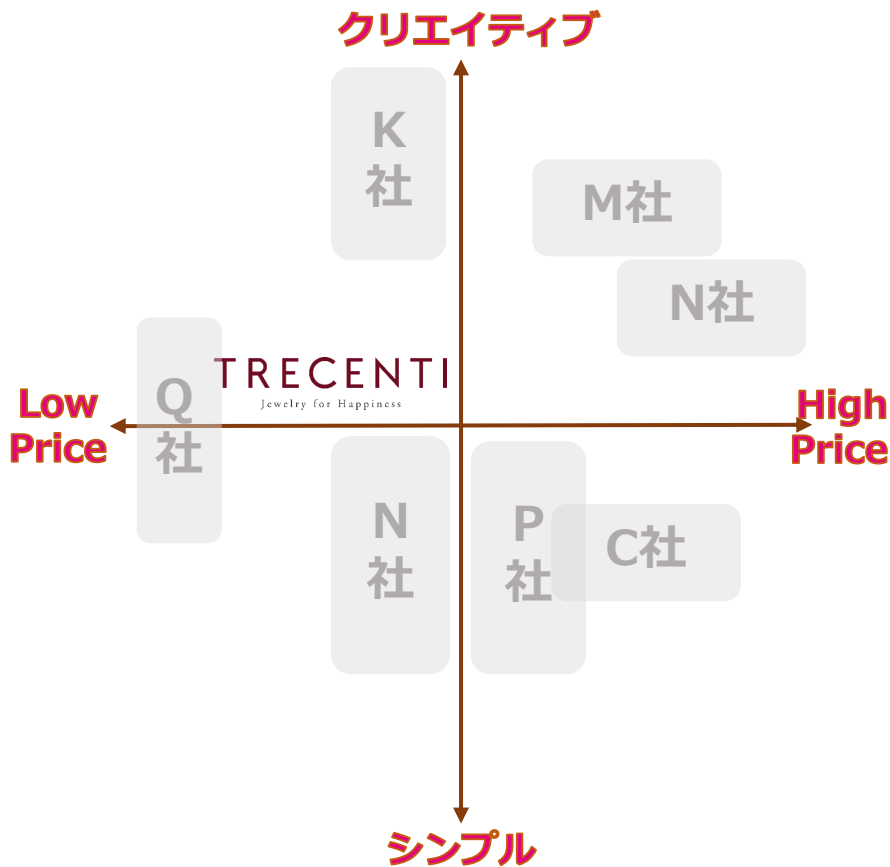


イタリアの洗練されたデザイン性の高い商品を提供

- 「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



05

事業計画

- 01 | 決算概要
- 02 | ビジネスモデル
- 03 | 市場環境
- 04 | 競争力の源泉
- 05 | 事業計画
- 06 | リスク情報

2023年3月期

2024年3月期

2025年3月期

夢展望

付加価値の再構築

- ・ 自社公式サイト/公式アプリのユーザビリティ改善
- ・ 自社公式サイトでの拡販に向けたコンテンツ強化
- ・ 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

成長拡大の基盤づくり

- ・ 収益性の高い自社公式サイトシェア拡大
- ・ 海外顧客ニーズへの対応
- ・ 新規ブランドの育成

NARACAMICIE

「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

商品戦略の見直し

- ・ イタリア依存の見直し
- ・ 仕入量の適正化
- ・ 仕入価格上昇抑制
- ・ 品質改善
- ・ 新規ブランド開発

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)

拡大期

- ・ ブライダル商品開発とストーリーの強化
新価格帯商品 新製法の商品開発
お客様ファーストのストーリー強化
- ・ カウンセリング接客人材の育成

TRECEN TI
Jewelry for Happiness

前期取り組みの振り返りから2025年3月期の計画の補足

夢展望

自社サイト強化の土台作りとして、自社サイトの内容を即時反映できるアプリを新たに導入、自社サイトへの集客のためのコンテンツも充実させました。ユーザビリティとコンテンツ充実により集客力は格段に向上致しました。又、派生ブランド立ち上げと異業種とのコラボ商品企画は計画通り実施致しました。今後は、自社サイトへの集客強化の為、広告宣伝も含め引き続き様々な方法を試行錯誤すると共に、円安に伴い前期増加した海外顧客のニーズへの対応や、前期までに立ち上げた新規ブランドの育成等にも取り組んでまいります。

NARACAMICIE

EC比率継続成長とEC投資の加速や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投資等に取り組んでまいりました。実店舗とECの在庫をシステム連携させることにより双方での売り逃しを減少させ、ブランド全体の売上を伸長させることができました。今後は、ウクライナ情勢などの影響による仕入原価高騰の影響を緩和するため、商品の仕入効率の見直しが課題です。主要仕入れ先と仕入量や仕入価格等の交渉を進めると共に、並行して日本独自の新たなブランド立ち上げも検討してまいります。

TRECEN TI
Jewelry for Happiness

アフターコロナ体制での再成長を目指し、自社サイトやオンリーワンコンテンツの強化などにより、商品戦略・販売戦略の見直しに取り組んでまいりました。今後は、シリーズ別の商品ストーリーの再構築や新製法を含め新たな商品開発、カウンセリング接客人材の育成、全社横断的なCRM再構築等の課題に取り組んでまいります。

夢展望

1. 自社公式サイト/公式アプリのユーザビリティ向上

自社公式サイトリニューアルから1年、公式アプリのリニューアルを実施し、利便性、独自性、話題性、お客様とのコミュニケーションの最大化を実現。

様々なコンテンツを発信、更新を実施する仕組み構築と運営。



お気に入りのお店販売員に会える
公式サイト・アプリの実現



夢展望

2. 既存ブランドの派生ブランド立ち上げと育成

主幹ブランドDearMyLoveの派生ブランド戦略



量産型・地雷系をキーに
ずっと可愛くいたい女の子の味方ブランド
DearMyLove

DEARMYLOVE



DearMyLoveRose

DearMyLove
Millor

DearMyLoveWhite



LittleDEARMYLOVE



BOOTH SHOP

テイストやライフシーンにあわせた派生ブランドのほか、キッズやVroid、お客様の声から誕生したサイズ展開ブランドなど立ち上げ・展開、育成。

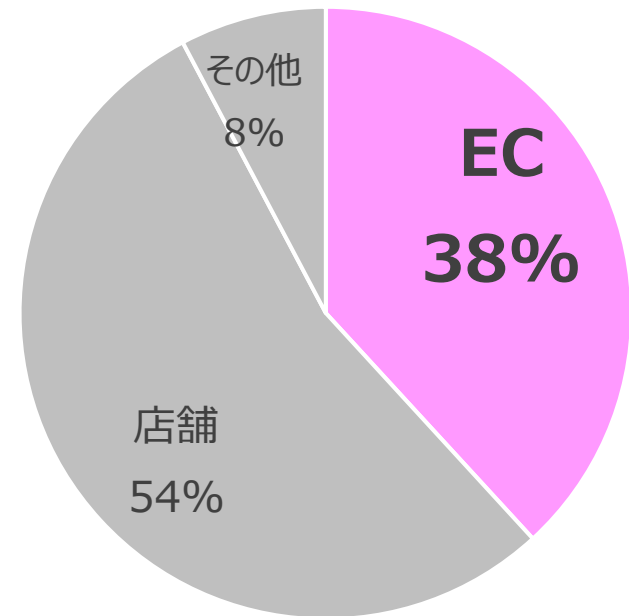
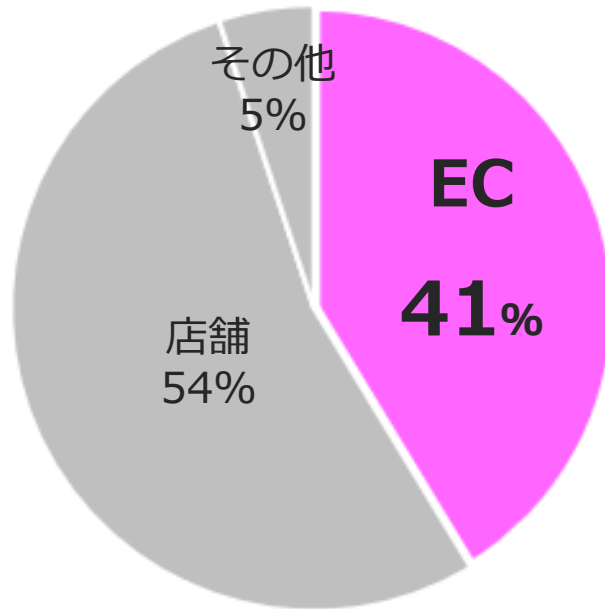
NARACAMICIE

1. EC比率

新型コロナウイルスの影響減少による実店舗の売上回復により比率は減少。
店舗との連携強化により、ブランド全体の売上は増加。

2022年3月期

2023年3月期



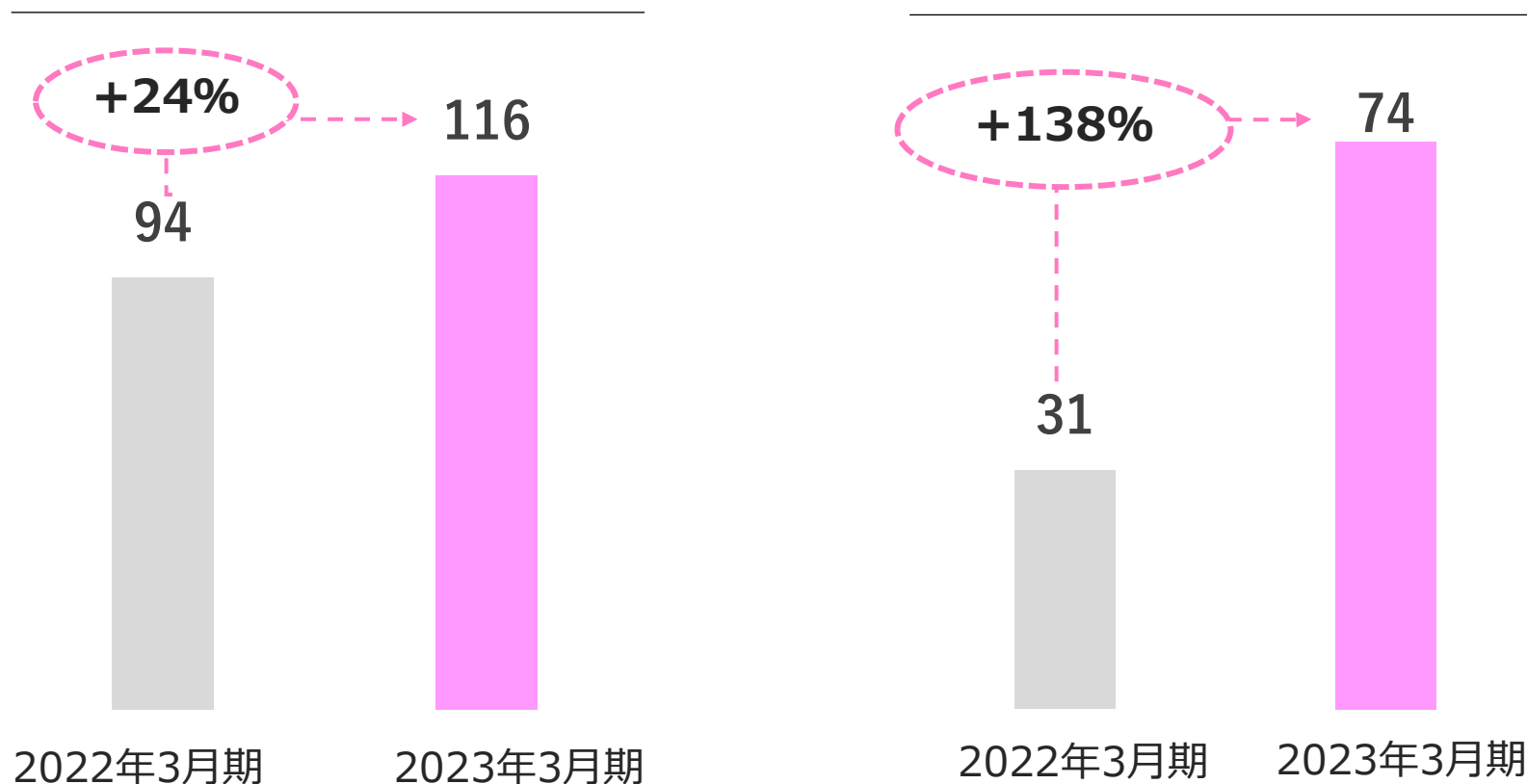
NARACAMICIE

2. 新商品開発とビジネスニーズ回復の取込

ワンピース等の新商品売上強化。新型コロナウイルスの影響減少によるジャケット等でのビジネスニーズ回復の取込。

ジャケット売上

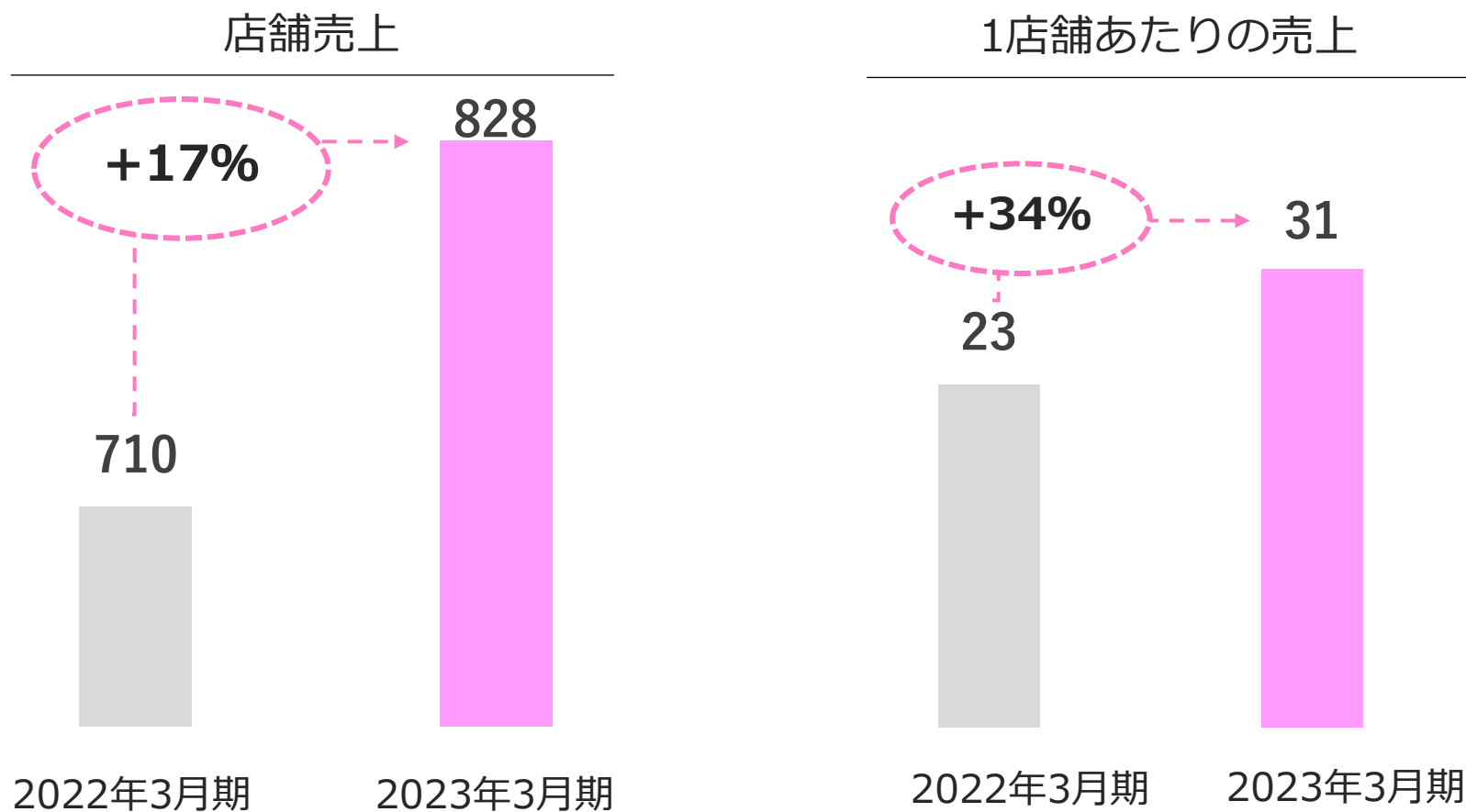
ワンピース



NARACAMICIE

3. 店舗ビジネスの売上・採算の改善

新型コロナウイルスの影響が減少し、実店舗売上の回復に注力。
店舗統廃合を実施し、1店舗あたりの売上も改善



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

商品シリーズ別ストーリー構築による価値訴求、コンテンツと接客品質の向上と価格改定により、ブライダル受注の客単価アップ（前期比103%）
世界的な貴金属やダイヤモンド価格の上昇のなか、売上総利益率も前期維持。

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

新・購入者アンケート開始・分析に伴う顧客中心組織へと変革
購買行動分析を商品 広告 販促にリアルタイムで反映
顧客向けアプリとECでの既存顧客へのCRM展開により再購入が好調に推移
（前期比234%）

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）を軸に自社USP（ユニーク・セリング・プロポジション）訴求などのコンテンツを強化した結果、自社ホームページを経由する来店予約者は更に増加（前期比107%）



第8回～第10回新株予約権の行使状況及び資金調達額

	予定	結果
未行使新株予約権	0個	2,900,000個
資金調達額	788百万円	508百万円

第8回～第10回新株予約権による調達資金の充当状況

具体的な用途	予定金額（百万円）	実施金額（百万円）
①システム投資	73	9
②子会社の資本増強	80	—
③借入金の返済	252	149
④運転資金	383	350
合計	788	508

※2023年5月11日に第10回新株予約権の行使がすべて完了しております。

※資金調達額は、第8回新株予約権による調達額178百万円、第9回新株予約権による調達額199百万円、第10回新株予約権による調達額154百万円の差引手取り概算額を合計したものです。

なお、資金調達金額のすべてについて充当済みです。

2024年3月期の連結業績予想は以下の通りです。

売上収益	5,043百万円（前期比 △141百万円）
営業利益	△65百万円（前期比 + 6百万円）
当期利益 ※	△146百万円（前期比 △ 14百万円）

※親会社の所有者に帰属する当期利益

※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
2023年3月末 38店舗

06

リスク情報

- 01 | 決算概要
- 02 | ビジネスモデル
- 03 | 市場環境
- 04 | 競争力の源泉
- 05 | 事業計画
- 06 | 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	<ul style="list-style-type: none"> 需要予測に基づく仕入量の増減リスク 	中/短期	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 宝石や貴金属等の原材料の価格変動リスク 	小/中期	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> └夢展望社：400百万円 └トレセンテ社：400百万円 	中/中期	<ul style="list-style-type: none"> 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。

当資料のアップデートは、年次決算の発表時期（2024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