

2024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 執 行 役 員 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2024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

○2024年3月期 決算説明会について

開 催 日 時：2024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

2024年5月
夢展望株式会社

0 1 | 2024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 2024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

2024年3月期 通期

売上収益	4,656百万円	(前年同期比)	△ 528百万円)
営業利益	△278百万円	(前年同期比)	△ 206百万円)
当期利益	△352百万円	(前年同期比)	△ 220百万円)



売上収益は 前期比10.2%減少となりました

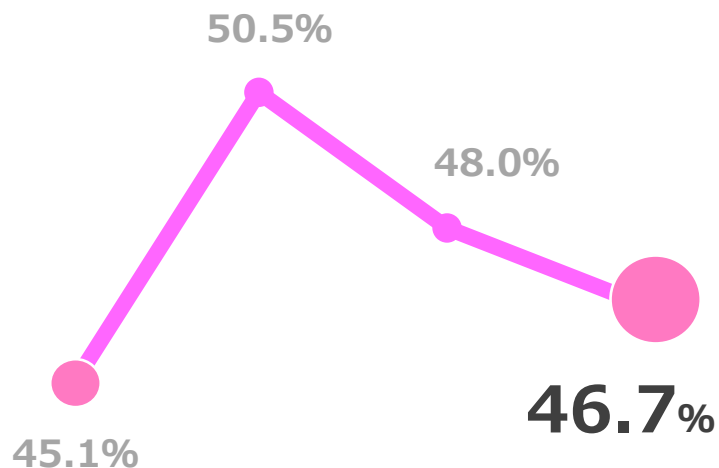
販売価格の見直しや広告宣伝費等の効率的な運用により収益構造が改善したジュエリー事業が唯一前期比で損益が改善いたしました。円安や暖秋・寒春に翻弄されたアパレル事業、円安により卸売りが伸び悩んだ玩具事業は前期比減収減益となりました。

通期会計期間の比較

(百万円)	売上収益				営業利益			
	2023年3月期 通期	2024年3月期 通期	増減額	増減率	2023年3月期 通期	2024年3月期 通期	増減額	増減率
アパレル事業	3,110	2,719	△391	△12.6%	27	△196	△223	-
ジュエリー事業	925	915	△10	△1.1%	△53	△7	46	-
玩具事業	1,148	1,021	△127	△11.1%	54	36	△18	-
調整額					△100	△110	△10	-
合計	5,184	4,656	△528	△10.2%	△71	△278	△207	-

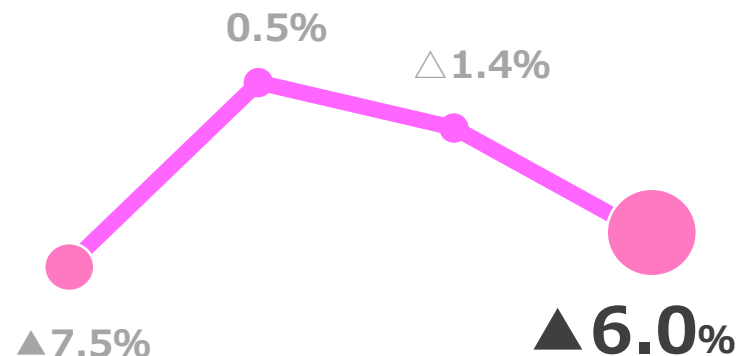
経営指標である売上総利益率、営業利益率は、2021年3月期から2022年3月期にかけて大きく改善するが、2023年3月期以降は、相対的に売上総利益率の低いトイ事業が全体の売上を牽引した為、売上総利益率・営業総利益率共に悪化傾向。

売上総利益率



2021年3月期 2022年3月期 2023年3月期 2024年3月期

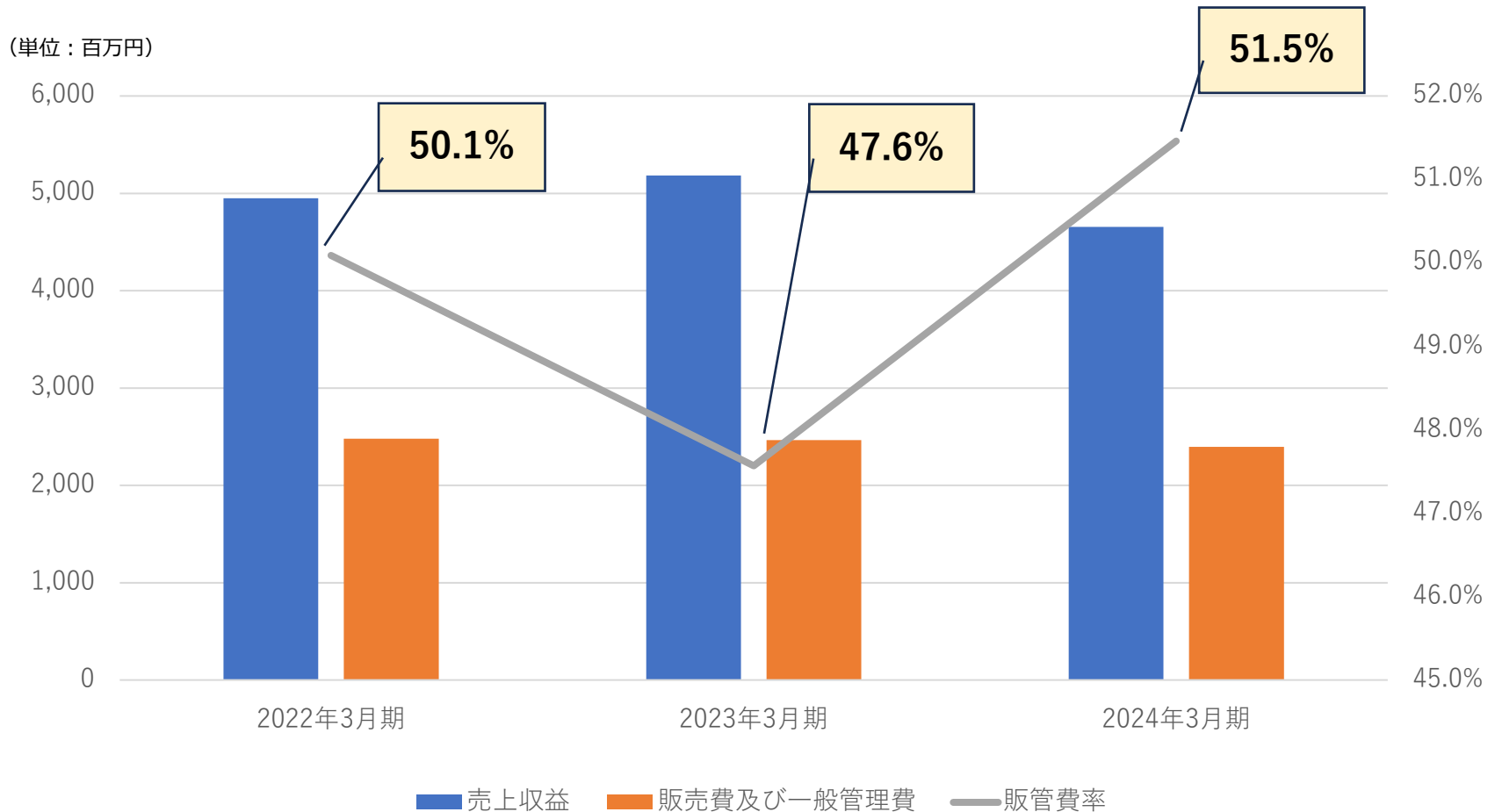
営業利益率



2021年3月期 2022年3月期 2023年3月期 2024年3月期

販売費及び一般管理費は2022年3月期・2023年3月期に比べ減少したが、売上収益の減少により、販管費率は2022年3月期・2023年3月期に比べ悪化。

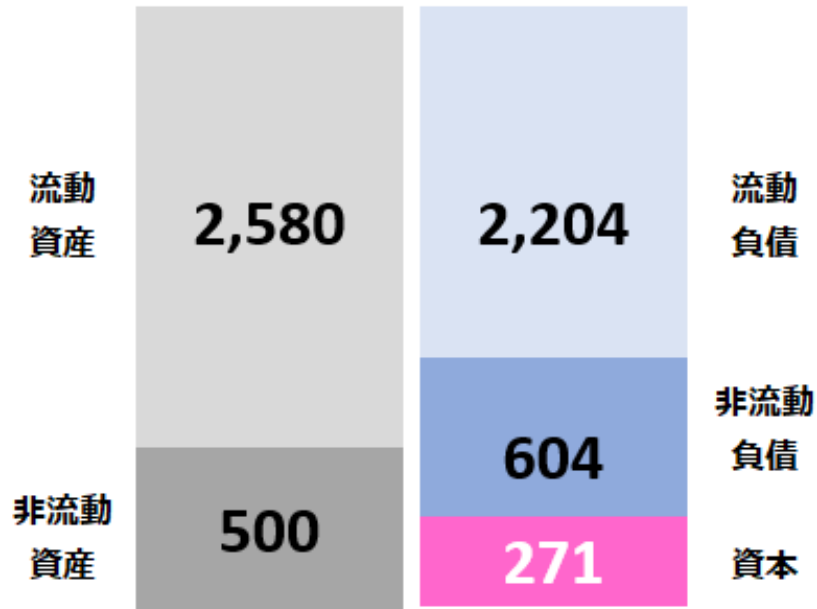
売上収益と販売費及び一般管理費 販管費率



自己資本比率は改善。

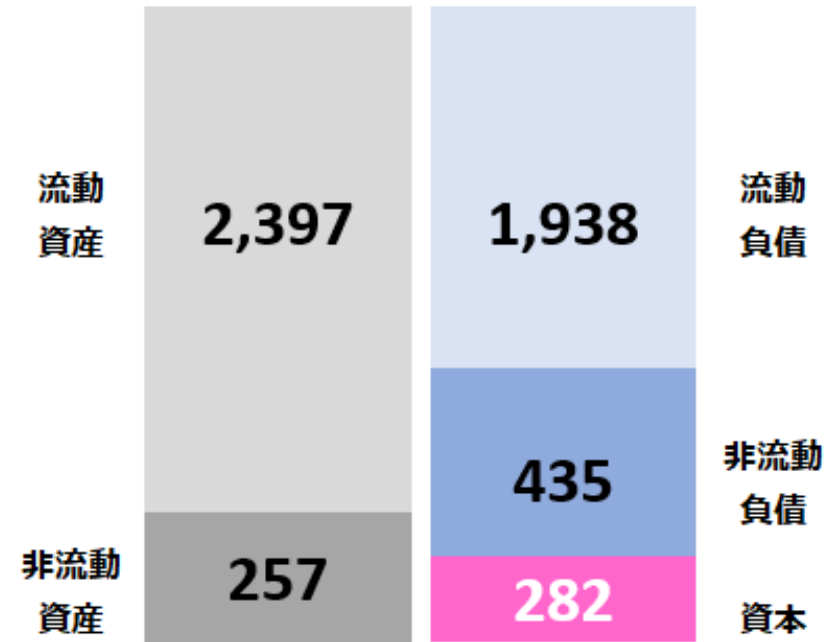
(単位：百万円)

2023年3月期期末



自己資本比率 8.8%

2024年3月期期末



自己資本比率 10.6%

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。

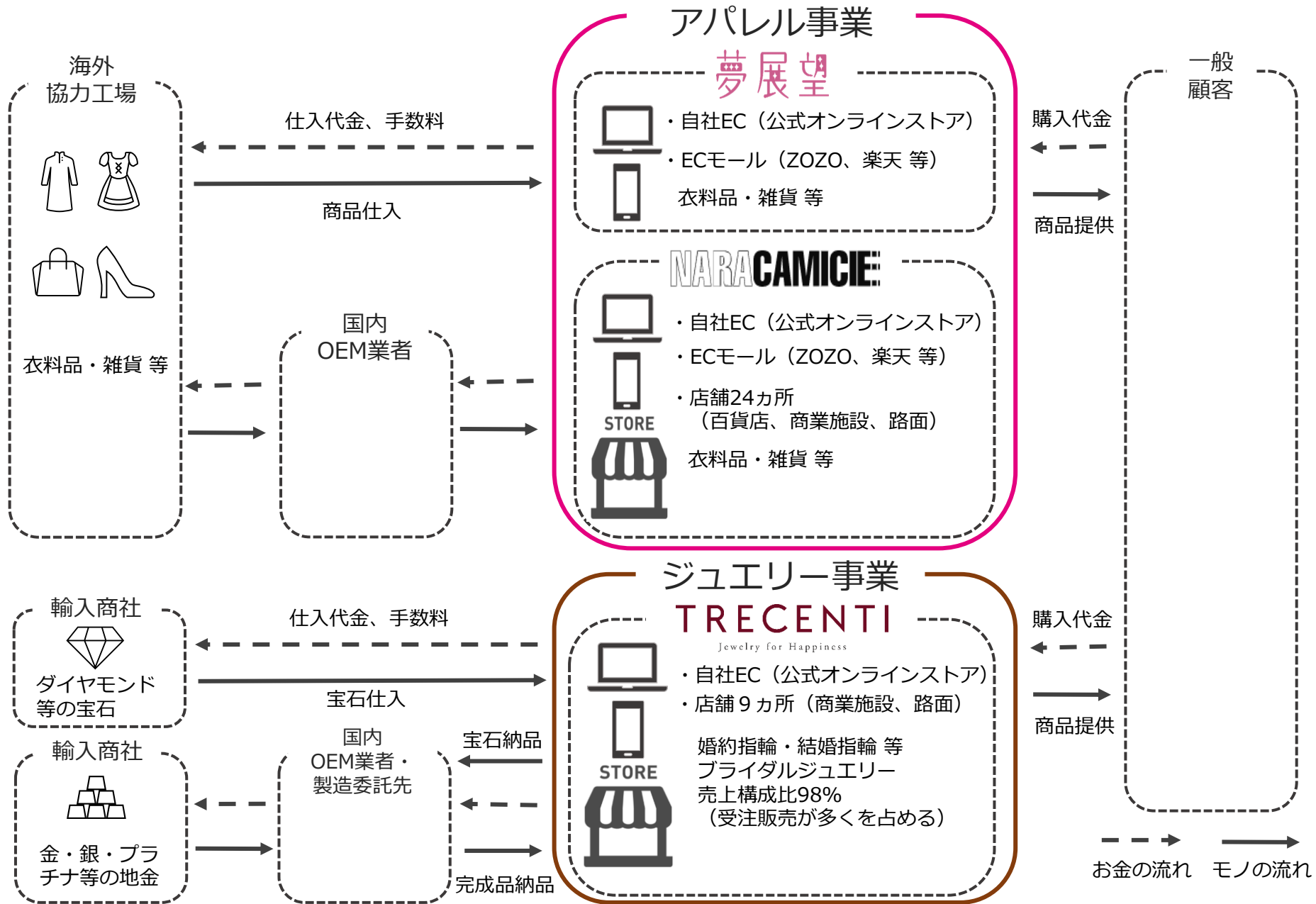


夢展望

夢新開発有限公司（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。



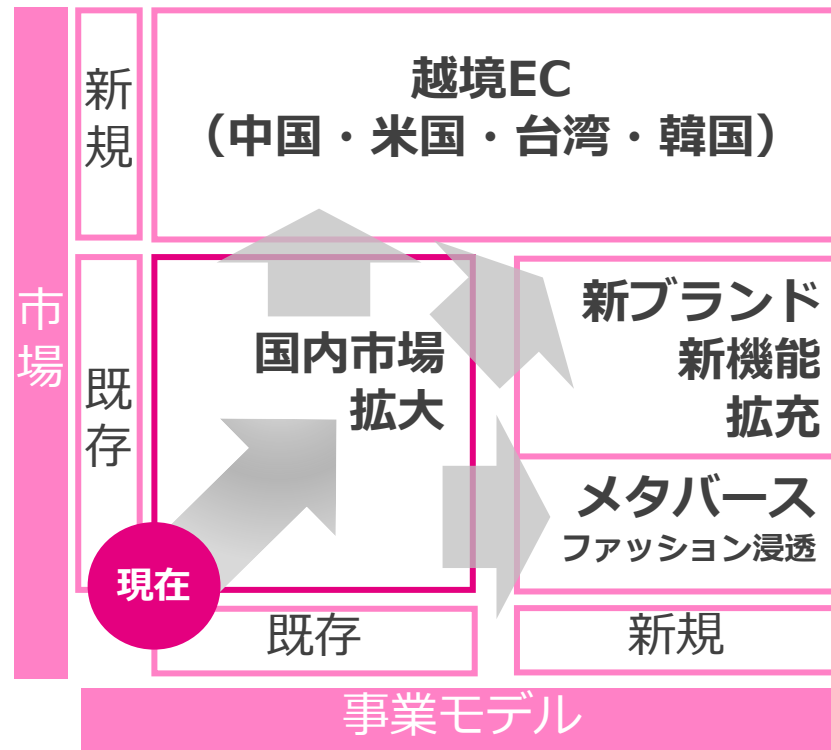


0 3

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2.5兆円。EC化率は21.6%と比較的EC化が進む業界。



※1 令和4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

日本のジュエリーの市場規模は前年比101.9%の1兆423億円と予測されている。
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（ジュエリー）市場規模推移と予測」2023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

トレンドを反映したティストキーワードで、「今の気分」を商品化。品質に拘りつつ、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をします。

SPA・国内OEMともに、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を重視します。



量産地雷系ファッション DearMyLove



トレンドを反映したティストキーワード

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

2023年4月に、自社サイトの内容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、頻繁に訪れたいくなるサイト作りを常にアップデート

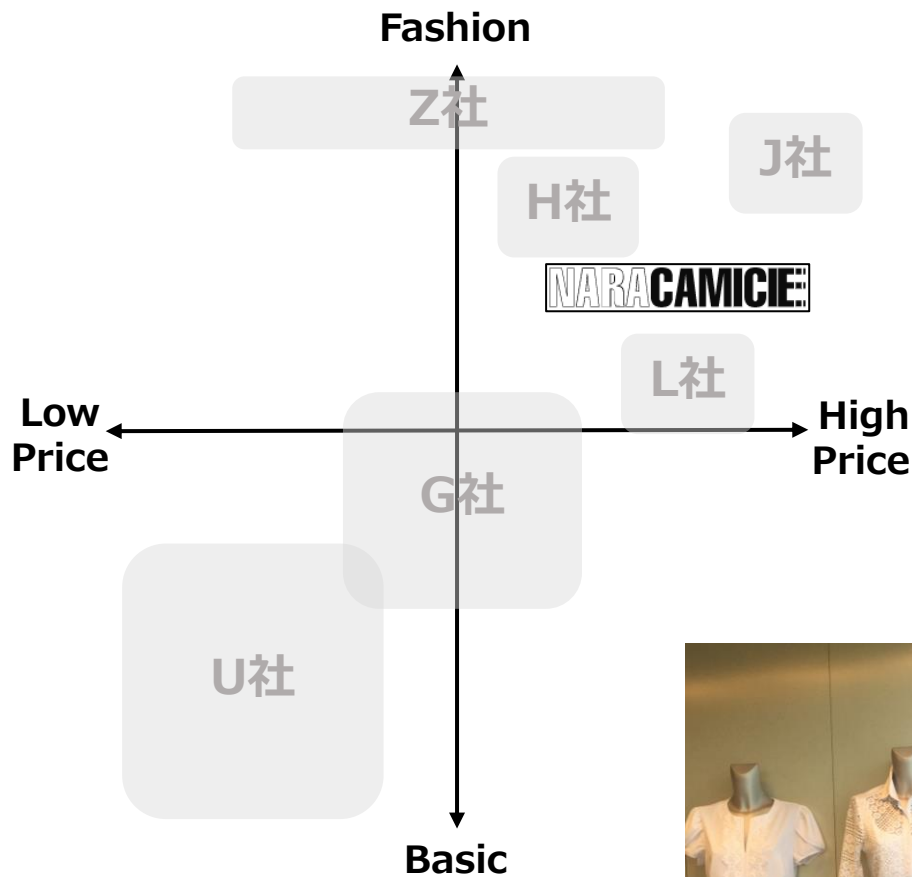
現在、公式サイト会員数は現在68万人、売上の91.7%がスマートフォン経由、7.6%がPC 経由、0.7%がタブレット経由（2024年3月末時点）

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。

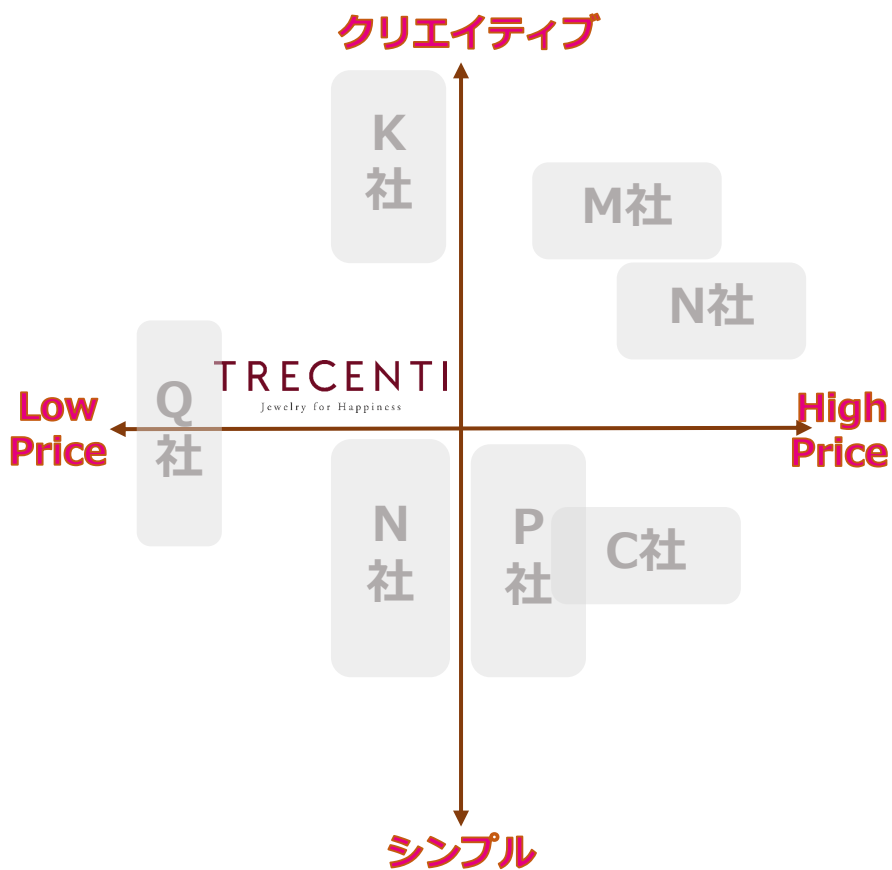


イタリアの洗練されたデザイン性の高い商品を提供

- 「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

- 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

2024年3月期

2025年3月期

2026年3月期

夢展望

成長拡大の基盤づくり

- ・ 自社ECへの集客のためコラボ商品の拡大
- ・ 越境ECを皮切りに海外進出
- ・ SNSマーケティングの強化

事業成長の加速

- ・ コア顧客向けの製品作りの強化
- ・ 中国生産品の中国現地販売の加速
- ・ マーケティングによる優良顧客の抱え込み

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

収益ポートフォリオの再構築

- ・ ナラカミーチェブランドの安定成長と安定収益化
- ・ 新規ブランドの育成と開発による新たな収益源の育成

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

新価値提案

- ・ ロングライフジュエリー価値訴求
- ・ 新クリエイティブによるブランド浸透
- ・ 単価アップ・LTV向上

NARACAMICIE

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

自社サイトへの集客のための取り組みは前々期に引き続き実施致しました。また、前期は主力ブランドを中心に、オフラインイベントの開催、人気ゲームキャラクターとの異業種コラボ、量産地雷とロリータを掛け合わせた新ブランドの立ち上げなど、新たな発信を続けた一年となりました。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、中国越境ECを入口に海外展開を本格化し、前期までに立ち上げた新規ブランドの育成、期間限定店舗での実店舗販売等にも取り組んでまいります。

NARACAMICIE

当社の課題となっていた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に取り組みました。結果、2023年秋冬商品より仕入量の適正化を進めることができ、値引販売の抑制とキャッシュフローの改善を実現できました。2024年商品より原価率の改善も進み、収益力を回復させることが見込めております。また、ナラカミーチェ以外のブランド育成・開発を進めていくとともに、レンタルサービスやリユース商品の販売も開始し2024年3期実績は2,657千円で、2025年3期5,000千円を計画しており、SDGsの取組にも注力していきます。

TRECEN TI
Jewelry for Happiness

継続した商品戦略・販売戦略の見直しに加え、価格戦略と新商品開発、カウンセリング接客人材の育成に取り組み、粗利率向上、客単価アップを実現いたしました。継続課題である原材料高騰などの外的環境変化対応と同時に、店頭販売人員を増強し（昨年同期首対比114%）、更なる営業力強化にしっかり取り組んでまいります。

夢展望

1. Z世代の Apparel 消費動向に特化したブランドへの深化

主幹ブランドDearMyLoveは、ファッションではなく、日本のカルチャーとして業界をリードします。他業界コラボによる新規マーケット開拓、越境（海外アンバサダー）に挑戦し、夢展望での海外顧客向け出荷金額約31百万円（前年同期比の約263%）と大幅に伸長しております。主たる顧客層は、SNSやオフライン、オンラインのシームレスな関係性を求める傾向から、オフラインイベント「ディアマイ界限」の開催を行うなど新しい試みを実施いたしました。

派生ブランドの育成として、DearMyLoveEmilyをデビューを23年秋にローンチいたしました。



海外アンバサダー募集



DearMyLoveEmilyデビュー



NEEDY GIRL OVERDOSEコラボ

夢展望

2. サブブランドのターゲット再定義とSNSマーケティング強化

全ブランドSNSの広告運用及びダイレクトマーケティングの実施により、フォロワー数が伸長しました。（全ブランド計前年比134.6%）

ブランドターゲットを再定義し、エンゲージメント率の高い配信を実施いたしました。

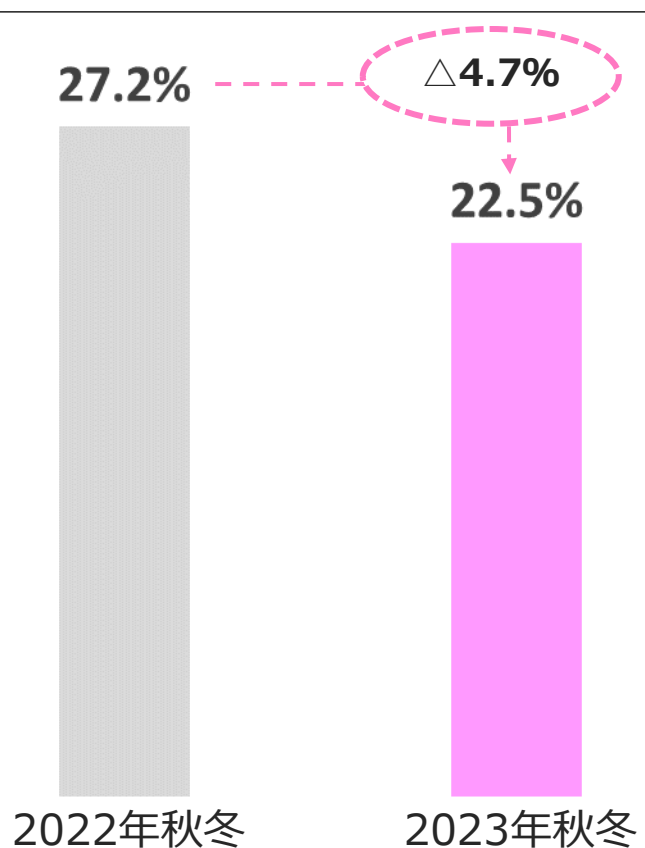


NARACAMICIE

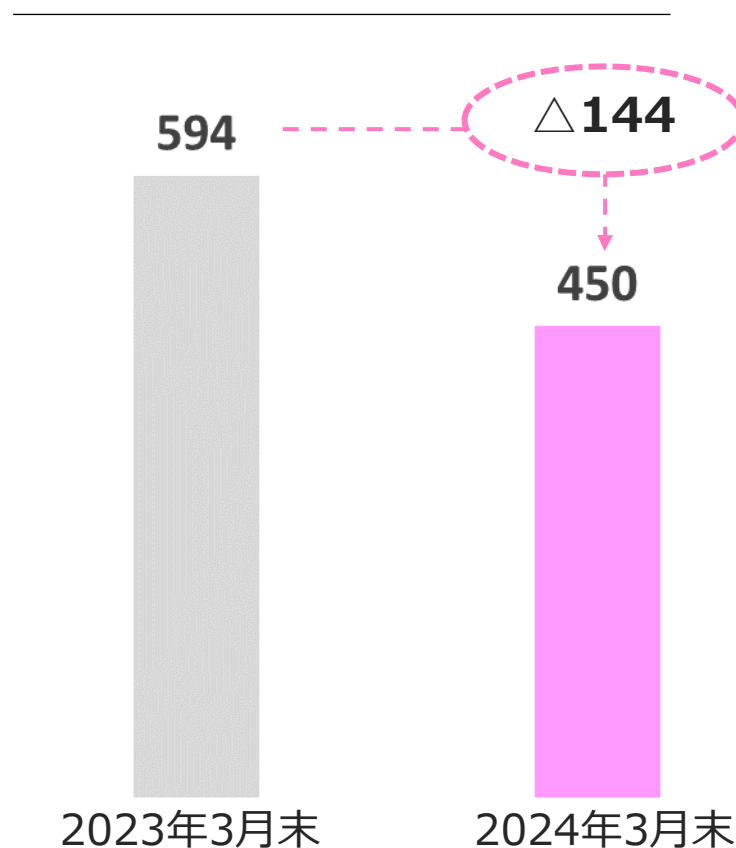
1. 仕入量の適正化と値引販売の縮小

仕入条件の見直しに取り組み、仕入量の適正化を進めた結果、
値引販売を抑制しつつ、商品在庫を圧縮しキャッシュフローを改善

平均値引率 (%)



商品在庫原価残高 (百万円)

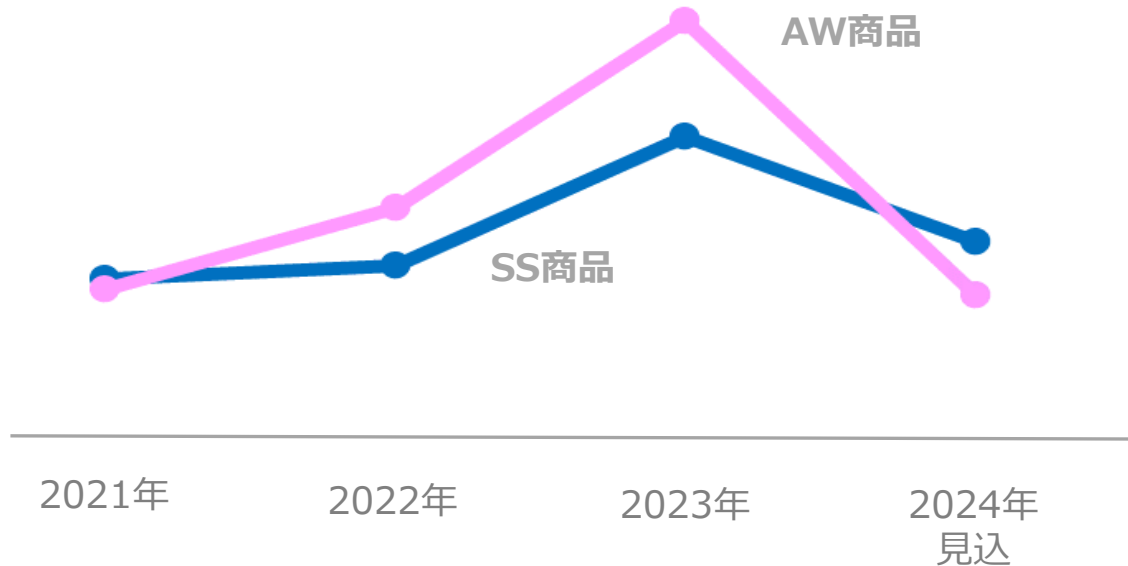


NARACAMICIE

2. 仕入価格の改善

仕入条件の見直しに取り組み、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を2024年より改善。

シャツ・ブラウス商品原価率推移のイメージ



NARACAMICIE

3. SDGsの取組

お客様から商品を回収し、再利用する取組を開始。また、レンタルサービスやリユース商品の販売もスタートさせ、「廃棄のない循環社会」を目指す。



TRECENTI

Jewelry for Happiness

1. 新商品開発と価格戦略

【新作！7月15日発売】結婚指輪「ウェヌス」シリーズに新作登場

2023 New model

TRECENTI

Jewelry for Happiness



新商品開発

2023年7月～発売。以降、
毎月予算を大きく上回る実績。
トレセンテ内の売上で
新商品構成比が7%まで拡大。
業績に大きく貢献。

価格戦略

2023年9月～価格改定
改定後の客単価 前期比107%。
世界的な貴金属やダイヤモンドなど
原材料価格の上昇のなか、
店舗の売上総利益率を前期比101%確保。

【重要】価格改定のお知らせ

平素よりトレセンテをご利用いただき誠にありがとうございます。

この度、原材料費の高騰に伴い
以下の通り価格改定をさせていただくことになりました。
何卒ご理解賜りたく存じます。

< 詳細 >

価格変更商品： 結婚指輪(一部の商品は変更なし)
価格改定日： 2023年9月21日(木)

TRECENTI

Jewelry for Happiness



2. 新価値の訴求開始

2025年3月期のテーマである「新価値提案」の布石としてクリエイティブの刷新に取り組む。ロングライフなジュエリーカンパニーとしての価値訴求を、今後さらに強めていく。

50年経っても変わらない
2人の愛を実感できる。

「ずっと一緒にの二人、
ずーっといっしょの指輪。」

1989年 銀座創業
「トレセンテ」



「ずっと一緒にの二人、ずーっといっしょの指輪。」

「ずっと一緒にの二人、ずーっといっしょの指輪。」

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。

※実施金額は、第8回～第10回新株予約権による調達額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あり、その内容は以下の通りです。

①システム投資 9百万円

- 基幹システムの仮想化等による強化 1百万円（2020年8月支出）
- 会計システムの改修 1百万円（2021年8月支出）
- 自社公式サイトの強化 7百万円（2022年3月～2023年3月支出）

③借入金の返済 149百万円

- 金融機関からの借入金の返済 99百万円（2020年6月～2022年9月返済）
- 親会社からの借入金の返済 50百万円（2020年6月～2022年7月返済）

④運転資金 350百万円

当社（夢展望単体）は、当該調達期間（2020年6月～2023年5月）中、アパレル事業で総仕入額：2,759百万円計上しており、2020年12月以降、11の新規ブランドを立ち上げ、2023年5月までの新規ブランドの総仕入額は451百万円でした。

調達した350百万円の内、新規ブランド 57百万円、既存ブランド293百万円を運転資金として充当いたしました。

2025年3月期の連結業績予想は以下の通りです。

売上収益、営業利益、当期利益ともに2024年3月期よりも増加を見込んでおりますが、新たな施策におけるコスト増等を勘案した結果、現時点での利益予測はマイナスとなっております。

売上収益	4,764百万円（前期比 +108百万円）
営業利益	△19百万円（前期比 +259百万円）
当期利益 ※	△110百万円（前期比 +242百万円）

※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
2024年3月末 33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"> 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。
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、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"> 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	<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（2025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