人気NO.1の“神的ファッション通販サイト”

夢展望

リアル店舗を持たずに自社ブランドをスマホを中心としたネット通販で販売

2013年7月10日
代表取締役社長　岡 隆宏

会社概要

社　名	夢展望株式会社（証券コード3185）
設　立	1998年5月
資本金	520,425千円（2013年7月10日現在）
従業員数	単体118名、連結315名（2013年4月末現在）
代表者名	代表取締役社長　岡 隆宏
プロフィール	1961年12月3日生。大阪府池田市出身。関西学院大学卒業。 座右の銘：七転び八起き　信条：ピンチをチャンスに変える！
本　社	大阪府池田市石橋三丁目2番1号
売上高	6,200百万円（連結2012年9月期）
事業内容	衣料品、雑貨のインターネット販売 玩具メーカーへの玩具雑貨の卸売販売 テレビ通販業者への卸売販売

Copyright © 夢展望 All right reserved.

目次

Ⅰ. 企業ハイライト

Ⅱ. 企業理念とビジョン

Ⅲ. 企業概要と沿革

Ⅳ. 市場環境の見通し

Ⅴ. 当社事業の強みと差別化

Ⅵ. 業績の歩み

Ⅶ. 今後の成長戦略

Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅰ.企業ハイライト

～上場アパレル企業では初のSPA型ネット専業企業～

Copyright © 夢展望 All right reserved.

リアル店舗を持たずに自社ブランドをスマホ通販で拡販中！

夢展望

成長性の高いスマホ通販市場を核に自社ブランドを増やし成長します。
①お客様からの受注はスマホ経由が急伸長しています。
②低価格で夢展望でしか買えない自社開発ブランドをSPA（製造小売）で提供します。
③リアル店舗を持たず通販チャネルだけで販売することで運営コストを削減します





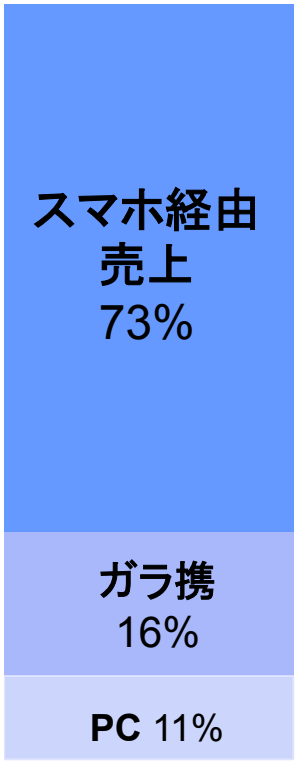


ファッションのネット通販市場規模

2010年4,652億円から
2015年9,500億円と予測

出典：矢野経済研究所





Copyright © 夢展望 All right reserved.

事業の特徴　～今までなかったビジネスモデルをスマートフォンで実現します～

夢展望

■事業内容

20代のマインドを持った女性をメインターゲットとする衣料品ネット通信販売業

■取扱商品

ほとんどが自社開発のオリジナルブランド品

主要5ブランドで構成、毎月300型以上、年間4,000型前後を発売

■販売チャネル

経由売上シェア　スマホ：73%　ガラ携：16%　PC：11%

※競合他社のスマホ経由売上は35～45%

■年齢分布

購入者の最頻値年齢：22歳、購入者の平均年齢：25.7歳

■地域分布

ほぼ都道府県別の人口に比例した購入者の分布

■会員数

138万人、うち自社サイトは90万人(2013年5月末現在)

■平均単価

商品単価　約2,000円、客単価　約5,000円

■生産国　中国　一部バングラデシュ



Copyright © 夢展望 All right reserved.

他の上場通販会社とのビジネスモデルの違い

夢展望

当社は上場企業の中では、唯一の自社ブランドを中心とした製販一体のSPA型スマホ通販モデルです。
在庫リスクはありますが、価格決定権があるため高粗利益率となっています。短納期、低単価のファストファッションが当社の特徴です。
精度の高い商品戦略と生産性の高いビジネスモデルを7年の歳月をかけて構築しました。

仮想商店街型	仕入販売型	SPA型 カタログ通販	SPA型 スマホ通販
●他社ブランドに売場を提供	●他社ブランドから仕入販売	●自社ブランドを製造販売	●自社ブランドを製造販売
●年齢層は幅広い年代	●年齢層は幅広い年代	●年齢層が40～60代	●年齢層が10～30代
●会員数が重要指標	●会員数が重要指標	●カタログ配布数が重要指標	●購入率が重要指標
●在庫リスクは無し	●消化仕入で在庫リスク無し	●在庫リスク有り	●在庫リスク有り
●手数料と広告費が収入なので粗利益率は高い	●粗利率は低め　30%前後	●粗利率は高め　50%以上	●粗利率は高め　50%以上

Copyright © 夢展望 All right reserved.

ビジネスモデル～リアル店舗を持たないSPA型スマホ通販の専業モデル～

夢展望

自社で製造から販売、カスタマーサービスまで一気通貫で行う製販一体の経営により、お客様のニーズをスピーディに把握して、効率的な商品開発や販売促進に活かしています。このビジネスモデルでコスト削減、納期短縮や独自の世界観を構築することを実現しました。

企画
デザイン

生産管理
品質管理

写真撮影
サイト制作

マーケティング
プロモーション
ビッグデータ
解析

物流管理

カスタマー
サービス













Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅱ 企業理念とビジョン

Copyright © 夢展望 All right reserved.

企業理念・ビジョン・ミッション

夢展望

企業理念

「社員とその家族、お取引先様、株主様、お客様の幸せのための経営」を基本理念とします。そして社員の夢や希望に溢れる思い入れを込めた商品やサービスを提供することで新しい価値と文化を創造し、お客様はもとより株主の方々やお取引先様など広く社会に対して貢献します。

ビジョン

通信販売市場において世界で戦える企業、ブランドに飛躍し永続的に発展します。

ミッション

わが社のミッションはお客様のニーズやウォンツに合致した商品やサービスを他社よりも「早く、安く、便利」にお届けしてお客様に満足な笑顔になってもらうことです。
夢展望らしい「カワイイ、カッコいい」を安心して手軽に楽しんでもらい新たな顧客＝ファンを創造することがわが社の存在意義だと考えます。

Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅲ.企業概要と沿革
～トップファッションの神的通販サイト～

Copyright © 夢展望 All right reserved.

神的通販サイトとして絶大な支持／高い業界内の評価

夢展望



2010年3月号(2010.2.1発売)

『神的通販サイト夢展望』として称賛される
ギャルファッション誌Popteen読者アンケート1位



ブロガーファッション誌
DECOLOG PAPERアンケート首位

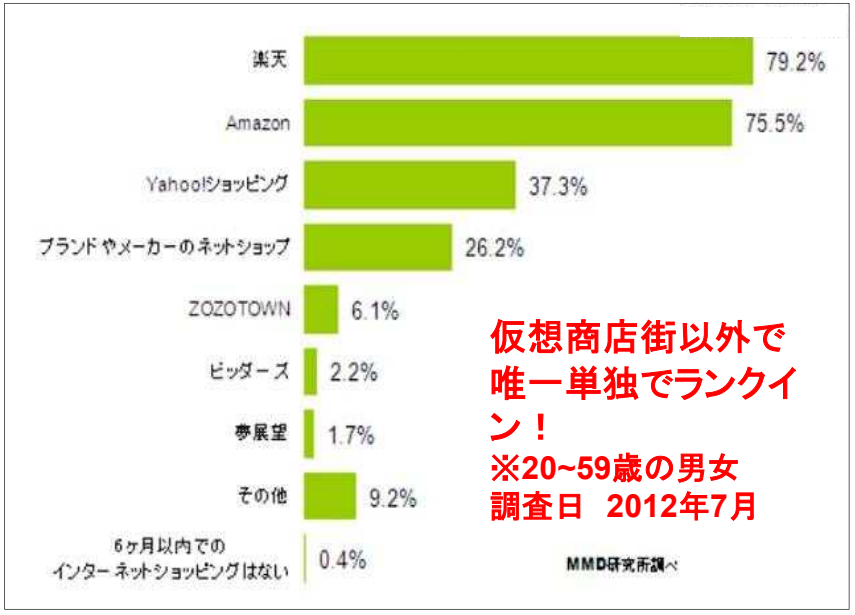


2013年4月号

主な受賞歴

2013年	DeNA　ベストショップ大賞2012 レディスファッション　カテゴリ大賞
2012年	楽天市場　SHOP　OF　THE　YEAR　2011 「海外販売賞」「レディスファッション　ジャンル賞」
2011年	EC研究会　第3回モバイルコマース・グランプリ　大賞グランプリ DeNA　モバイルコマース大賞2010　グランプリ

アンケート「利用したことのあるショッピングサイト」



Copyright © 夢展望 All right reserved.

自社ブランド紹介　～人気NO1の“神的通販サイト～

夢展望



ディアブルベーゼ

TARGET：18～25歳
STYLE:
程よい露出でメリハリをきかせた女性らしいラインを提案。セクシー&キュートなスタイル。



ディアマイラブ

TARGET：18～23歳
STYLE：
男の子が連れて歩きたくなる上品キュートなフェミニンスタイルを提案。愛らしさを追求したスタイル。



ソーレディ

TARGET：25歳
STYLE：
芯の強い女性を映し出す、大人な魅力を感じさせるブランド。
働く女性の為の通勤スタイル。



リノッシュ

TARGET：18～30歳
STYLE：
テーマはシンプルリッチな海外セレブ風。デニムをメインにした女らしさやエレガンスを取り入れたスタイル。



メアリーローズ

TARGET：20～30歳
STYLE：
流行に敏感な女の子に
ぴったりなブランド。
トレンドとレトロMIXしたNew classicalスタイル。

夢展望 ORIGINAL BRANDS

Copyright © 夢展望 All right reserved.

過去の大ヒット商品の一例　～夢展望のサイトでしか買えません～

夢展望



【商品名】
コーデ力超UP☆
全方位モテ美脚
ストレッチスーツ
8点セット

【価格】
10,000円



【商品名】
夢展望史上最強の
美脚魅せ☆
3WAYスーパースト
レッチニーハイブーツ

【価格】
1,980円



【商品名】
ワンピに早変わり
進化型バラ柄
マキシドレス浴衣

【価格】
4,980円



【商品名】
ハイパーキュートに
大変身だニャン♪
ネコミミチェックリボン
パーカーワンピ

【価格】
2,980円

Copyright © 夢展望 All right reserved.

業績動向の推移　10年で売上40倍！～夢のある展望が開ける会社～

夢展望



Copyright © 夢展望 All right reserved.

会社沿革　～七転び八起き！ピンチをチャンスに変えれる会社です～

夢展望

組織の沿革

- 1998年5月　ドリームビジョン株式会社　設立
- 2002年2月　夢新開發（香港）有限公司　取得
- 2007年11月　東京支店　設立
- 2008年6月　夢展望株式会社に社名変更
- 2008年7月　夢展望貿易（深圳）有限公司　設立
- 2012年11月　南通佳尚服装有限公司　設立

事業の変遷

香港で玩具雑貨製造・卸売　→　国内でEC事業開始　→　ガラ携　→（急激なシフト）→　スマホ＆タブレット

- 2003年4月　楽天市場出店
- 2005年2月　ビッダーズ出店
- 2008年6月　自社サイト販売開始
- 2005年6月　ヤフーショッピング出店
- 2009年8月　中国・台湾ECサイト出店

“神的通販”ポジション





- 2012年9月　中国ECサイト撤退
- 2012年11月　台湾ECサイト撤退
- 13年1月　TV通販を開始

フィギア
カプセルトイ
男児玩具、
女児玩具

→（2003年 香港でSARS流行）→

事業転換
コスメ
ダイエット
健康食品

→（2006年 薬事法改正）→

商材転換
ファッション
ギャル系、カジュアル系、ナチュラル系、キッズ系、メンズ系

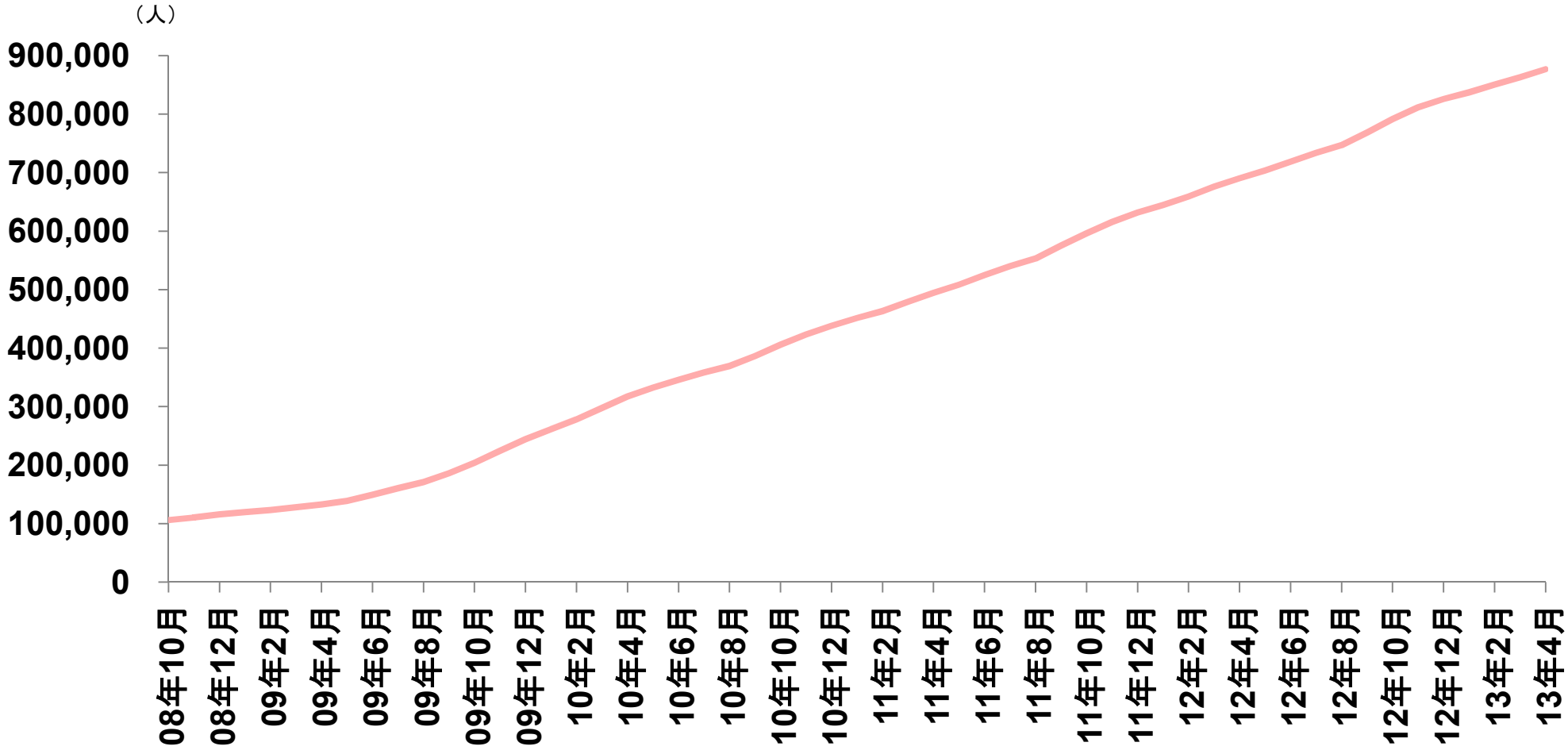
選択と集中　テストマーケティングの結果、ガラ携経由でギャル系ファッションが最も効率が良いことが実証され、経営資源を集中

Copyright © 夢展望 All right reserved.

自社サイトの会員数の推移 ～順調に右肩上がりで推移～

夢展望

自社サイトの会員数推移



Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅳ.市場環境の見通し

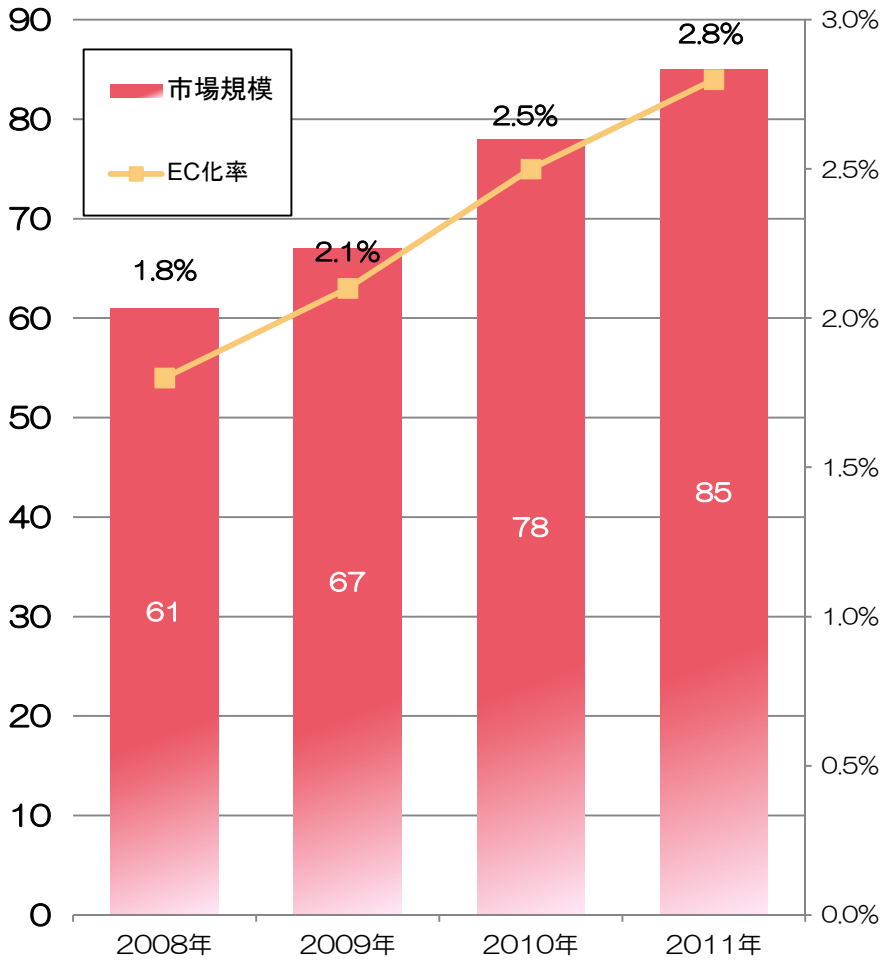
～まだまだ成長余地の大きい市場～

Copyright © 夢展望 All right reserved.

ファッション市場内でのEC化率が急上昇！

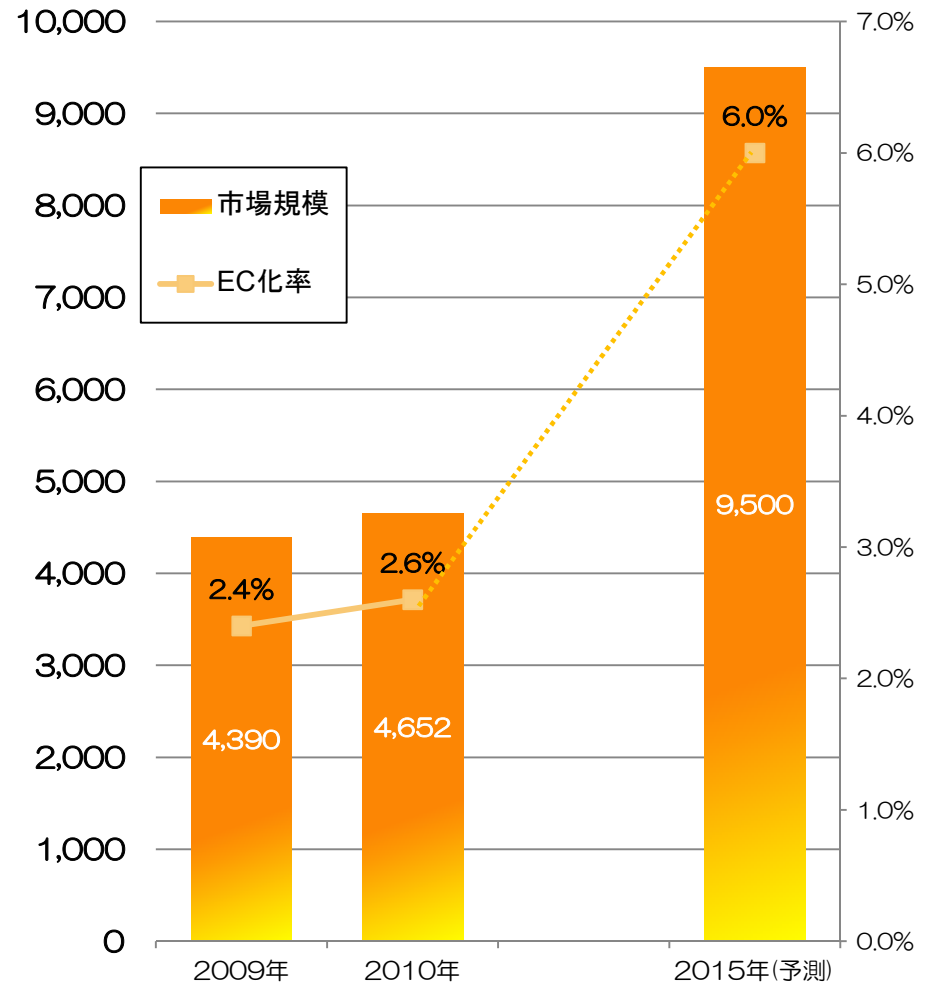
夢展望

ネット通販全体の市場規模推移



出典　経済産業省　電子商取引に関する市場調査報告書

2015年ファッションEC市場規模予測



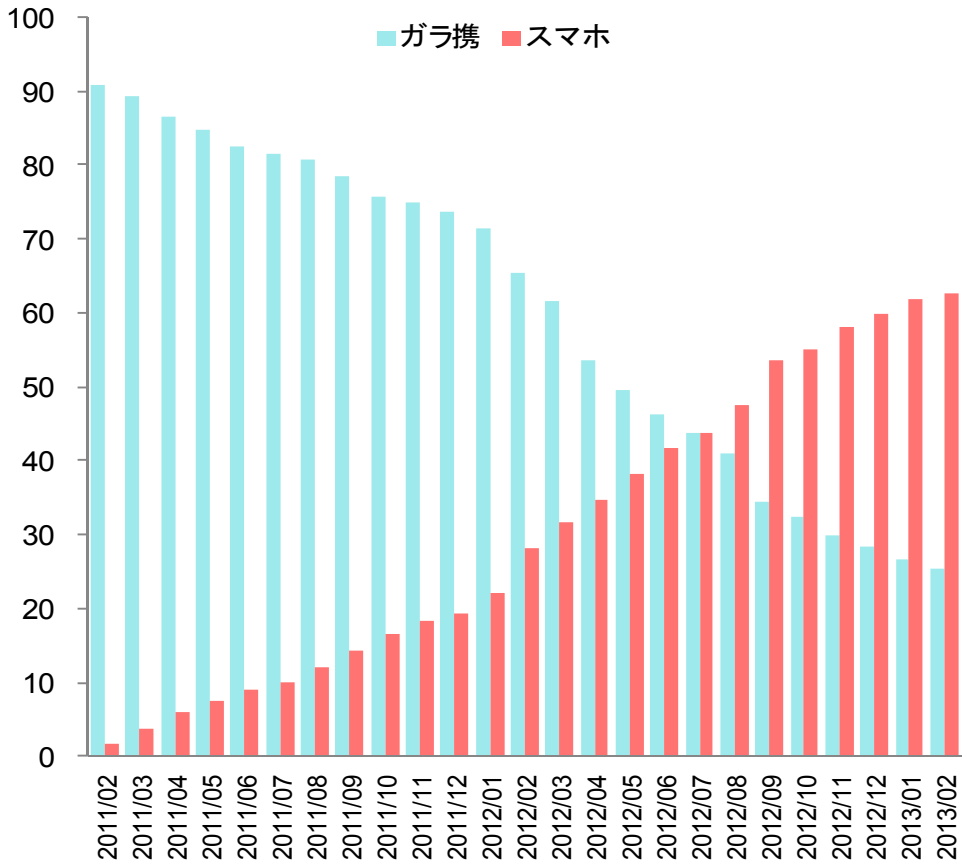
出典　矢野経済研究所参照

Copyright © 夢展望 All right reserved.

スマホの登場で通販市場が大変革 ～まったく新しい買い場の誕生～

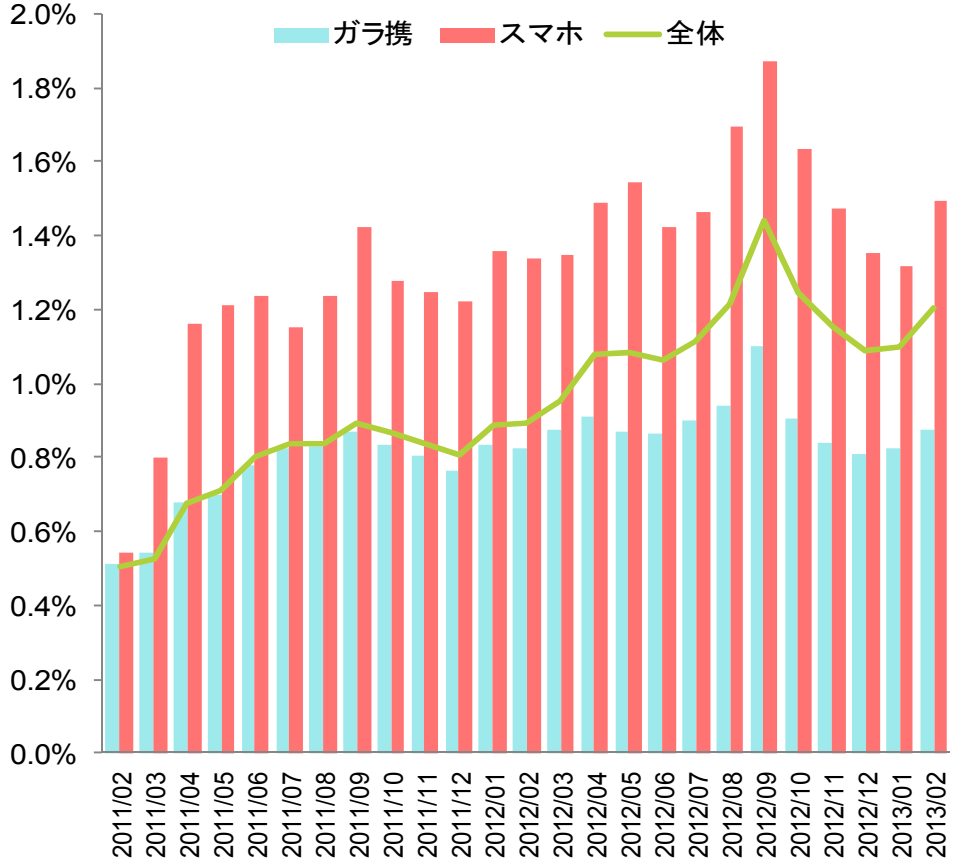
夢展望

当社売上構成比の推移



2011年2月時点でスマホ経由売上は2%だったのが2013年2月で60%、同年6月末はついに73%を超えました。

スマホとガラ携の購入率（CVR）の推移



スマホとガラ携の購入率を単純比較した場合、スマホの方がはるかに高い数値を記録。スマホと通販の高い親和性を実証する結果となりました。

Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅳ.当社事業の強みと差別化

Copyright © 夢展望 All right reserved.

夢展望の強みと他社との差別化について



Copyright © 夢展望 All right reserved.

アプリ ～広告宣伝費の抑制とロイヤルカスタマーの育成～

夢展望

夢コレ 自分自身の写真に着せ替えて試着体験



夢展望＋ 速攻検索でウィンドウショッピング



類似画像レコメンド機能

【夢展望サイト】 → 【カテゴリー一覧】【商品ページ下部】 → 【似ている商品一覧】



夢 COORDE×COORDE 毎日情報発信



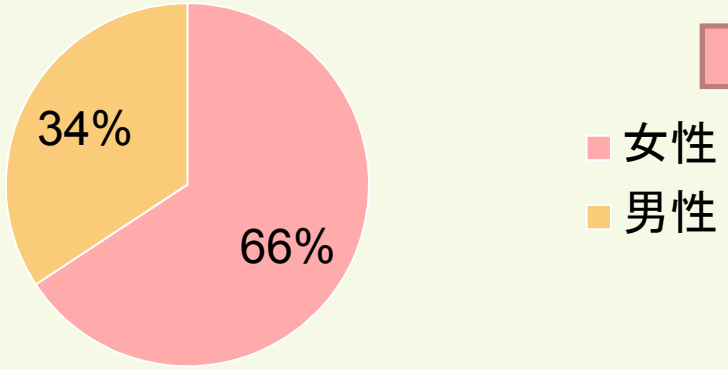
Copyright © 夢展望 All right reserved.

女性幹部の登用を重視 ～ターゲットに一番近い社員が商品開発を決定～

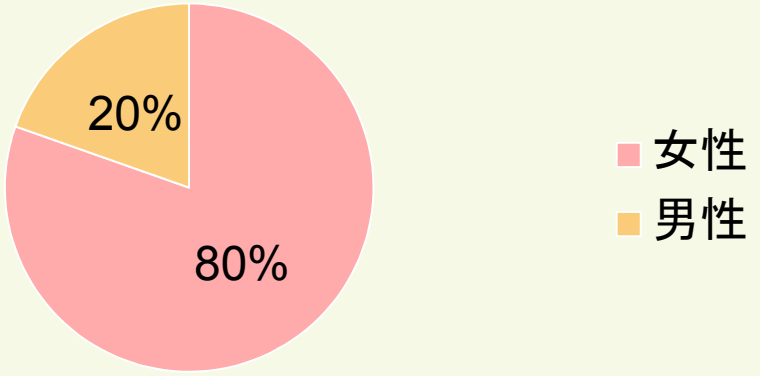
夢展望

女性社員を積極的に管理職に登用しニーズに合致した商品化をスピーディーに行う。

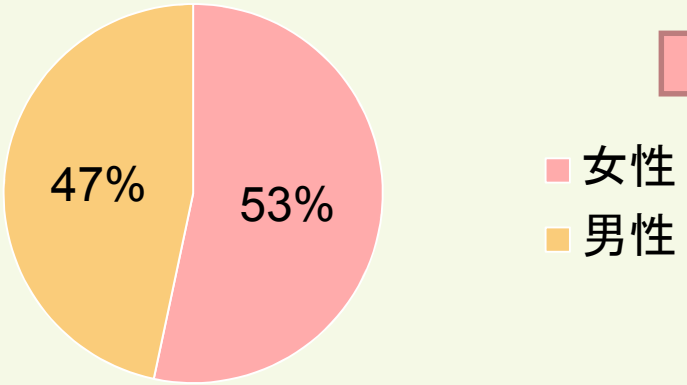
全部署の男女比率



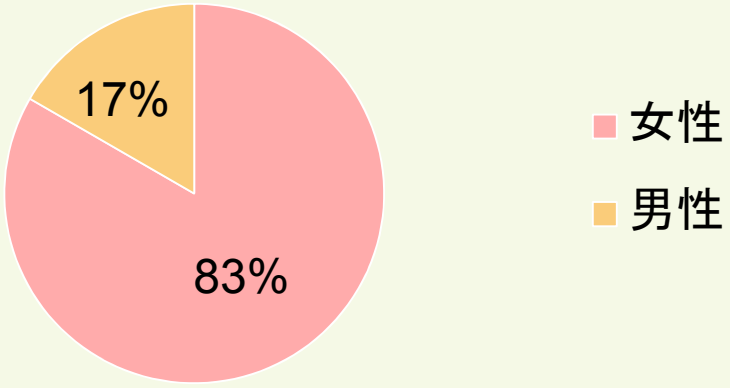
商品部の男女比率



全部署における管理職の男女比率



商品部管理職の男女比率



Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅴ.業績の推移

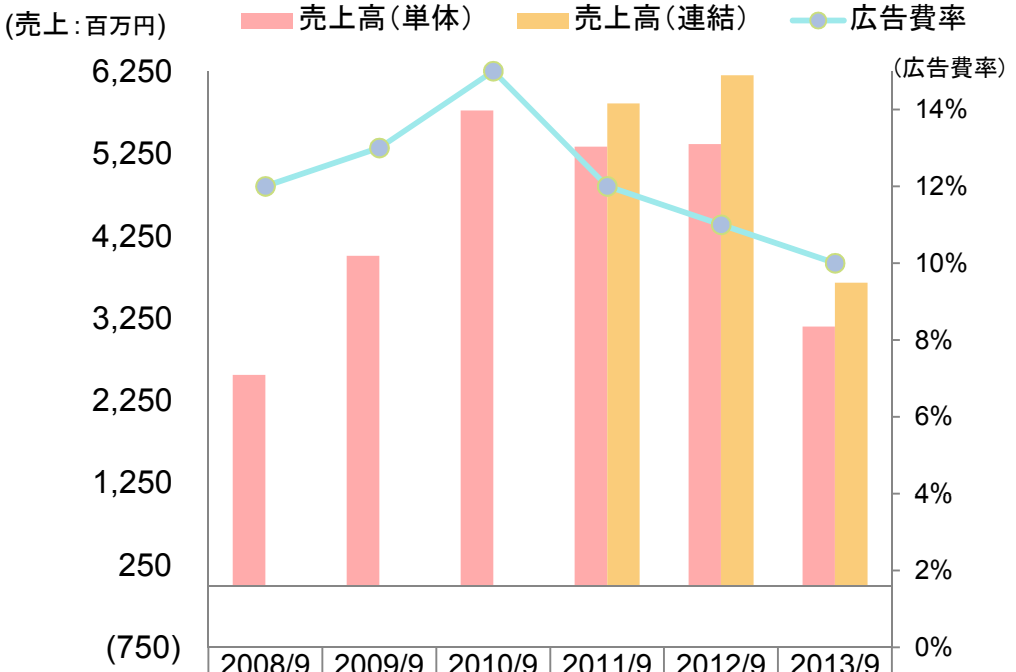
～利益体質へ大きく変革し、大幅利益成長の基礎を確立～

Copyright © 夢展望 All right reserved.

業績推移 売上高・広告費率／経常利益

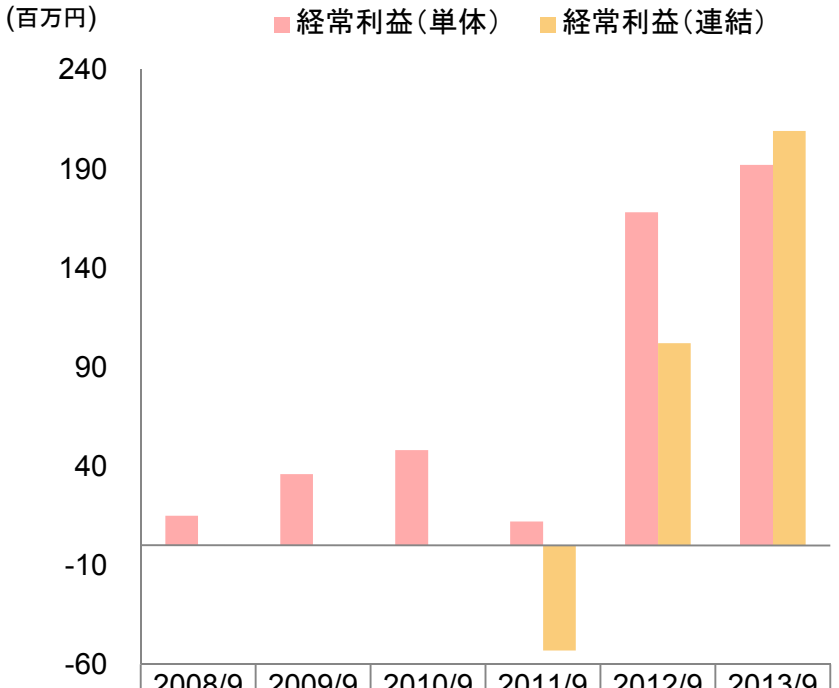
夢展望

売上高と広告費率の推移



	2008/9期	2009/9期	2010/9期	2011/9期	2012/9期	2013/9上期
売上高（単体）	2,560	4,004	5,770	5,333	5,363	3,144
売上高（連結）	-	-	-	5,856	6,200	3,680
広告費率	12%	13%	15%	12%	11%	10%

経常利益の推移



	2008/9期	2009/9期	2010/9期	2011/9期	2012/9期	2013/9上期
経常利益（単体）	15	36	48	12	168	192
経常利益（連結）	-	-	-	-53	102	209

2013年9月期　利益率向上のステージへ。

単体上期ベースで、売上前期比＋10%　経常利益＋30%

Copyright © 夢展望 All right reserved.

単体での業績表 ～損益分岐点比率の引き下げ～

夢展望

(単位:百万円)	2008/9期	2009/9期	2010/9期	2011/9期	2012/9期
売上高	2,560	4,004	5,770	5,333	5,363
売上原価	1,111	1,681	2,475	2,332	2,431
売上総利益	1,448	2,322	3,294	3,001	2,932
売上総利益率(%)	**56.6**	**58.0**	**57.1**	**56.3**	**54.7**
販売管理費	1,444	2,290	3,237	2,951	2,712
販管費比率(%)	**56.4**	**57.2**	**56.1**	**55.3**	**50.6**
営業利益	4	32	56	49	220
営業利益率(%)	**0.2**	**0.8**	**1.0**	**0.9**	**4.1**
営業外収益	27	22	22	3	2
営業外費用	16	17	30	40	54
経常利益	15	36	48	12	168
経常利益率(%)	**0.6**	**0.9**	**0.8**	**0.2**	**3.1**
特別利益	—	—	—	0	—
特別損失	—	2	0	0	82
当期純利益	14	33	47	10	49
純利益率(%)	**0.6**	**0.8**	**0.8**	**0.2**	**0.9**

数字はいずれも単体

利益体質への転換に成功、利益率が大きく伸長！

Copyright © 夢展望 All right reserved.

Ⅵ.今後の成長戦略

お客様のニーズやウォンツに合致した商品やサービスを提供

Copyright © 夢展望 All right reserved.

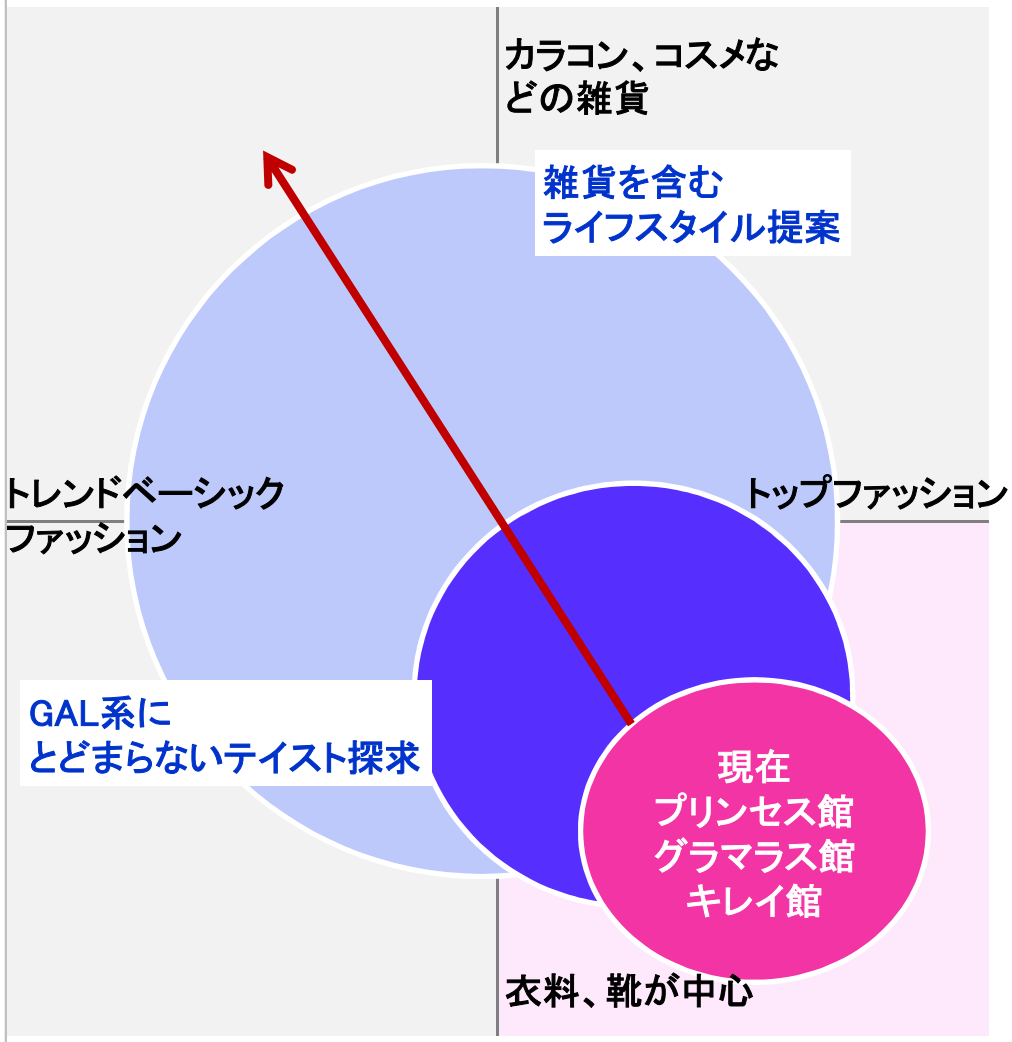
マルチブランド戦略　～少子化対策と顧客の成長に合わせたブランド開発～夢展望

少子化対策やGALを卒業して**GIRL、LADY**へ移行される離脱対策としてデザイナーと顧客の**成長**に合わせて**新しいアイテムやテイスト**のブランドを開発することにより**ターゲット顧客**を拡大します。さらに**サイズや価格帯**でも細分化して新ブランドを開発します。

- **展開軸Ⅰ：テイスト**
  トップファッションから夢展望の遺伝子を取り入れた**トレンド＆ベーシックファッション**の「ナチュラルブランド」にも取り組む。
- **展開軸Ⅱ：アイテム**
  夢展望の遺伝子を持ちながら雑貨を含む**ライフスタイル提案型の総合通販サイト**へ拡大　。カラコン、ビューティー雑貨など。
- **不動産への初期投資が不要のためブランドの**スクラップ＆ビルド**を頻繁に実行し**最適なブランドポートフォリオ**の運用を目指す。**
- **ギャルファッションのトレンドが激変**

益若つばさ、クミッキーの出現により浜崎あゆみや倖田來美のような「セクシーでワイルドなギャル」から「かわいくて清楚なギャル」に進化しました。また渋谷系と原宿系が融合し多様なテイストを楽しむ時代にトレンドが大きく変化しファッション雑誌や売り場もテイストミックス化が進んでいます。このテイストミックスは消費者個人へも影響し、1人の女性がオフィスではコンサバ系、デートはセクシーなギャル系、友達と遊ぶときはストリート系のカジュアル服などTPOや気分により様々なテイストを使い分けるようになっています。いろいろなテイストをコーディネートして自分を演出することを楽しむ、自由なファッションの時代に変化しています。そのたくさんのアイテムを必要とするファッショントレンドの中で、安くてかわいい服はより一層、消費者から求められています。

中長期的拡大の方向



Copyright © 夢展望 All right reserved.

販路拡大戦略　～購買層の拡大：TVショッピングへの進出～

夢展望

夢展望 ネット通販	夢展望とQVCがコラボレーション	QVC TV通販
顧客層：１０～２０代中心	■ 両社の中間顧客層である３０代の開拓 ■ 夢展望の専属デザイナーがＱＶＣのMDと共に専売ブランドの企画開発を行う ■ テレビ通販という新しい販路を拡大	顧客層：40～50代中心





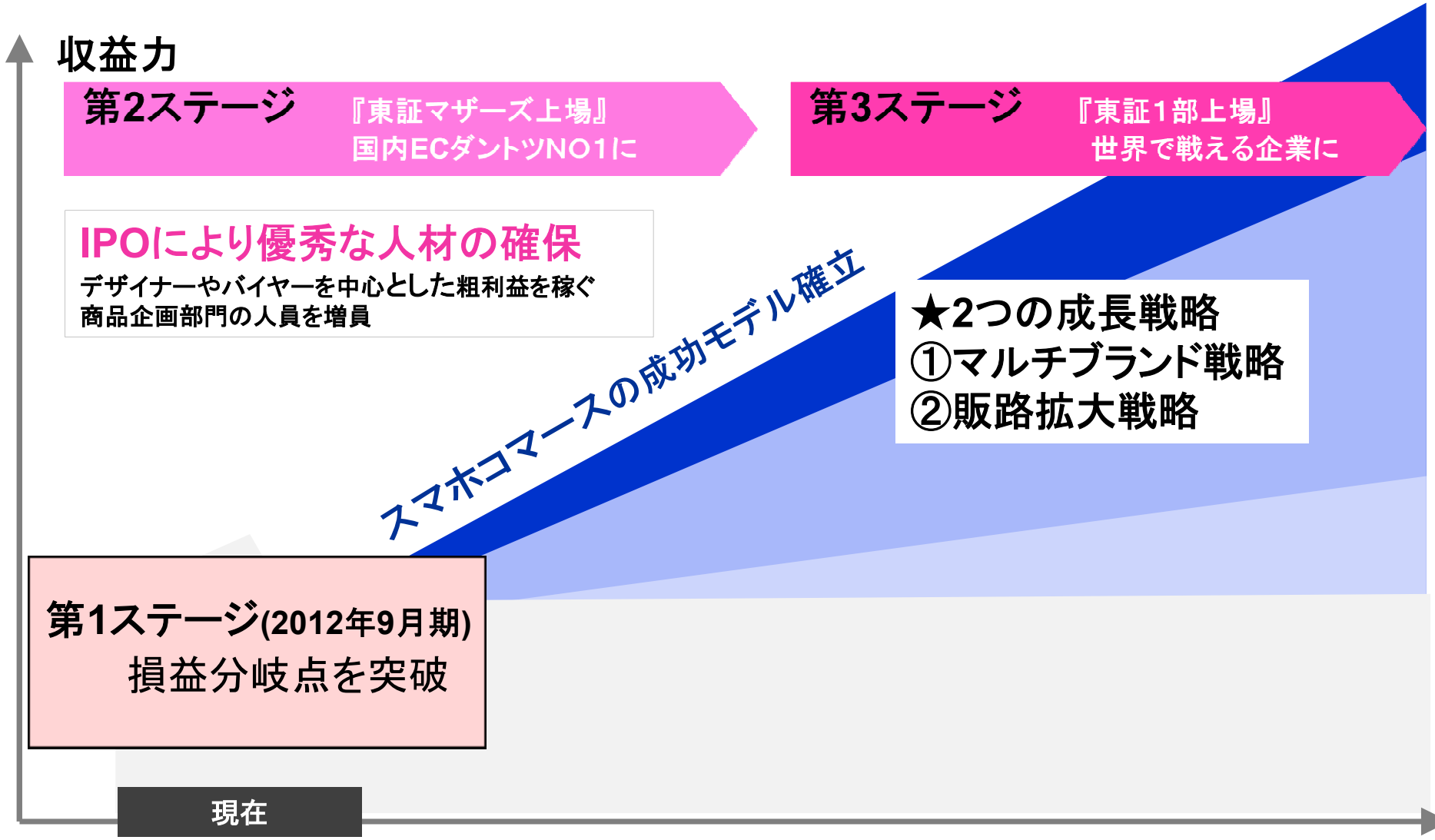




Copyright © 夢展望 All right reserved.

将来に向けて夢の展望が開ける2つの成長戦略

夢展望



Copyright © 夢展望 All right reserved.

まとめ　3期連続の売上横ばい⇒ 大幅増収増益へ飛躍

夢展望

2010/9

- 広告媒体に積極的に投資した結果、売上は過去最高を記録するものの、利益率は大幅に低下

2011/9

- 広告投資を削減、売上重視から利益を重視する経営にシフト
- 外部コンサルを活用しMD機能をブラッシュアップ

2012/9

- スマホへ経営資源を集中、ガラケーからスマホへのシフトに成功
- 物流費用等の販管費を見直し、利益体質へ転換

2013/9

- 短期借入を長期借入に切替えることにより財務支出を減らし、仕入金額を拡大
- 上期の売上は前期比＋10%、経常利益は前期比＋30%を達成
- 損益分岐点を超え、大幅な利益成長へ

今期以降、①マルチブランド戦略②販路拡大戦略の2つの成長戦略により次の大きな成長ステージへ飛躍します。

Copyright © 夢展望 All right reserved.