

# 2026年3月期 決算概要 及び 中期経営計画説明会

2026年5月29日  
ドリームベッド株式会社

1. エグゼクティブサマリー
2. 会社概要及び当社の強み
3. 2026年3月期 決算の概要
4. 前中期経営計画の成果と取組み
5. 新中期経営計画 *Creating Value for Dreams*

# 1.エグゼクティブサマリー

## 1. 2026年3月期の決算概要

売上高12,174百万円、営業利益703百万円と中計最終年度の計画をともに超過し、2期連続増収・増益。

## 2. 中期経営計画

### ①前中計(2024/3期～2026/3期)の振り返り

好調な商業施設(ホテル)向け販売が大きく牽引、インテリア直営店の伸長、主力の家具販売店向けが堅調に推移し、計画を大きく超過し、売上高対計画比10.7%増、営業利益同比3.4%増を達成。

### ②新中期(2027/3期～2029/3期)の取組み

2027年3月期から3年間の新中計では、単なる売上成長だけでなく、Value(価値)の向上をさせ、前中計で着手した、新ブランド、リテール強化、海外展開、新技術の導入等を確立し、最終年度(2029年3月期)売上高13,500百万円、営業利益930百万円、ROE11.0%の達成を目指す。

## 3. 企業価値の向上

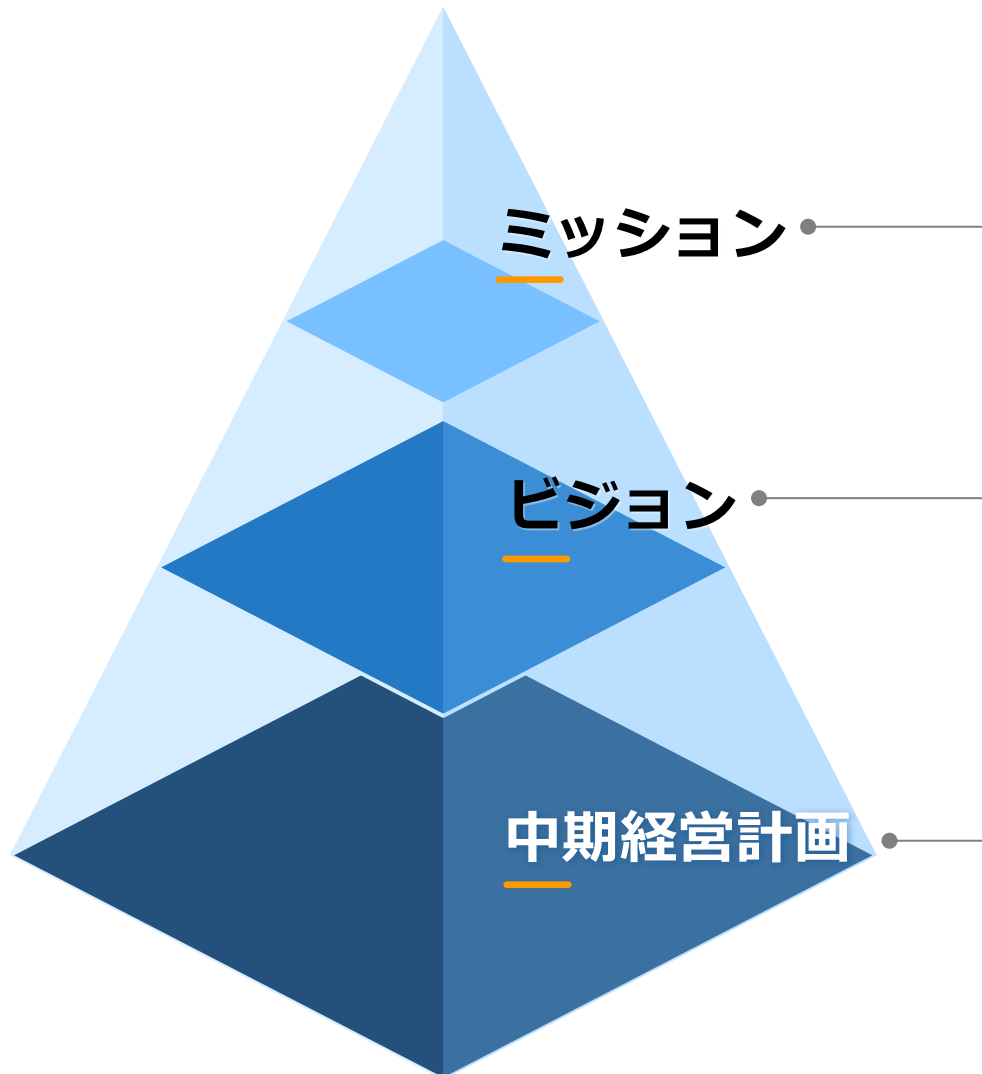
株主価値を意識した経営を徹底し、総還元性向40%以上目途に株主還元を実施。

## 2. 会社概要及び当社の強み

自社製造で培った確かな技術力が評価され、海外有数のブランドと提携する、マットレス、ベッドフレーム、ソファ、寝装品等のメーカー企業

会社名	ドリームベッド株式会社
本社所在地	〒733-0812 広島県広島市西区己斐本町三丁目12番39号
創業	1950年10月1日
会社設立	1957年 7月1日
資本金	785,715千円
上場日	2021年6月23日 東京証券取引所市場第二部(現スタンダード市場)
事業内容	マットレス・ベッドフレーム・ソファ・寝装品等の製造、販売
従業員数	572人(従業員376人、パート契約、嘱託等196人) ※2026年3月末日現在
決算期	3月末

人が集い、くつろぎ、楽しむ「空環創造宣言」を基本理念として歩み続ける。



### 空環創造宣言

『夢をはぐくむひとりひとりに、  
快適で美しい暮らしを提供します』

世界のブランドを、日本の技術で、  
すべてのお客様に届ける、空環創造  
マルチブランドカンパニー

### *Creating Value for Dreams*

～すべてのステークホルダーの夢を  
実現するために、価値を創造する～

ベッドでアメリカSerta(サータ)社、及びKING KOIL(キングコイル)社、インテリアでフランスligne roset社等の有名ブランドの国内独占製造販売権を保有し、国内工場で製造し多様なチャンネルで提供できるのが強み。



KING KOIL  
MATTRESS CO.

ligne roset®

①世界のマルチブランドを、



②当社の高い技術力・製造力で企画製造し、



③卸売から直販まで多様な販売チャンネルで提供



海外有数のブランドとライセンス契約を締結、ブランド力による高い利益率。



アメリカ創業のマットレスブランド  
「我が家に、スイートルーム」  
世界の一流ホテルで選ばれてきた  
コイルゾーニングが特徴のブランド



新提携ブランド



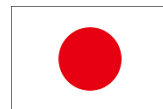
1898年アメリカ創業のマットレスブランド  
Nature & Wellness  
「上質な眠りは、上質な素材から」  
天然素材と高機能素材を使ったブランド



フランス有数のインテリアブランド  
ヨーロッパを代表するデザイナー  
による、リビング&ダイニングファニチャー



dream bed



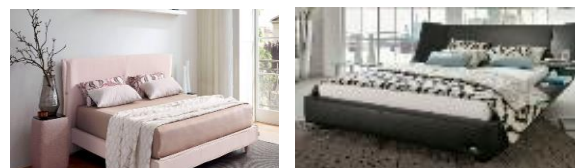
社名を冠する自社オリジナル  
ベッドマットレス&フレームのブランド



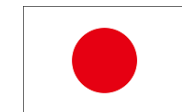
ruf BETTEN  
Perfektion der Sinne



ドイツ創業の「アップホルスターベッド  
(布張り)」ブランド



WATER WORLD



日本唯一のウォーターベッドブランド



国内外ブランドを日本国内の自社工場4工場(約24千㎡)で生産し、高品質と、安定的なコストを実現。

### 八千代第一工場(マットレス)

- ・所在地 : 広島県安芸高田市
- ・スプリング棟 : 約6,660㎡
- ・縫製完成棟 : 約9,272㎡



### 千代田工場(ソファ)

- ・所在地 : 広島県山県郡北広島町
- ・工場/倉庫 : 約3,881㎡



### 八千代第二工場(フレーム)

- ・所在地 : 広島県安芸高田市
- ・工場/倉庫 : 約3,652㎡



### あさひ工場(寝装品)

- ・所在地 : 広島県広島市
- ・工場/倉庫 : 約 882㎡



## 2. 当社の強み(卸売から直販まで多様な販売チャネルで提供) dream bed

ライセンス契約による生産を日本国内で行うことにより、日本の生活様式や環境に合わせた高品質の製品を提供。

### 海外ブランド



ligne roset®

KING KOIL  
MATTRESS CO.

RUF | BETTEN  
Perfektion der Sinne

WATER WORLD®

### 当社

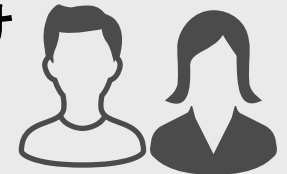


### 自社ブランド

dream bed

### 販売チャネル

家具販売店向け  
(一般)



商業施設向け  
(法人)



ショップ(直販)/ショールーム



その他(海外・ECほか)



dream bed 「理想のベッドルームをカタチに」  
ドリームベッド ブランドサイト

amazon.co.jp

## 3. 2026年3月期 決算の概要

売上高、利益とも順調に伸長し、増収・増益となり(2期連続)、中期経営計画最終年度の計画も大幅に達成。ROE等の収益率も着実に向上。

#### 損益計算書

	(百万円)				前回発表予想	実績/予想乖離	中計KPI
	25/3月期	26/3月期	増減	増減率			
売上高	11,509	12,174	665	5.8%	11,900	2.3%	11,000
売上総利益	6,000	6,370	370	6.2%	—	—	—
営業利益	595	703	108	18.1%	680	3.4%	680
経常利益	583	686	103	17.7%	640	7.2%	—
当期純利益	415	479	64	15.6%	440	8.9%	—
売上高総利益率	52.1%	52.3%	0.2%				
売上高営業利益率	5.2%	5.8%	0.6%				
ROE(自己資本利益率)	9.5%	10.3%	0.8%				

売上高は、各販売経路とも順調に増加し、12,174百万円となり過去最高を計上。

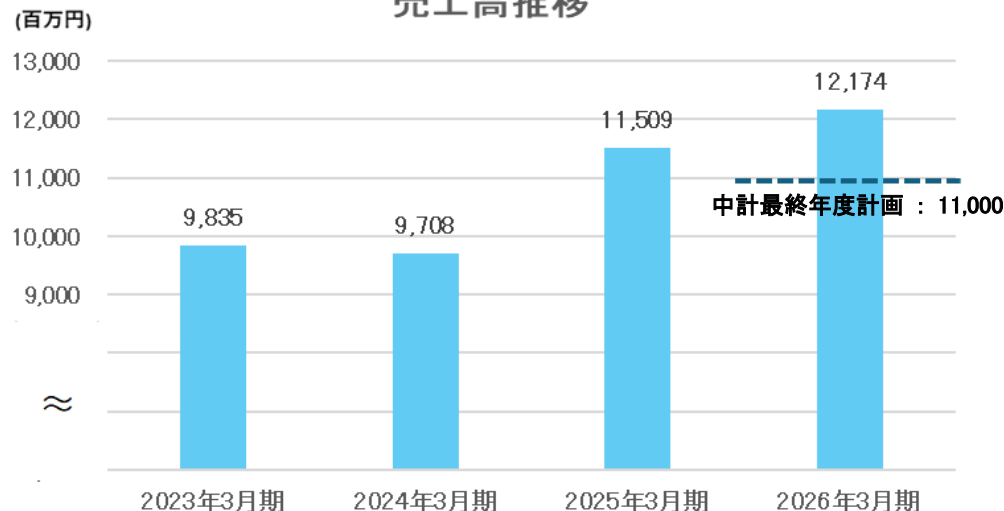
## 損益計算書

	25/3月期	26/3月期	(百万円) 増減
売上高	11,509	12,174	665
売上総利益	6,000	6,370	370
営業利益	595	703	108
経常利益	583	686	103
当期純利益	415	479	64

## ※ 販売経路別売上状況

	25/3月期	26/3月期	(百万円) 増減
家具販売店向け	8,424	8,503	80
商業施設向け	1,473	1,803	331
ショップ <sup>o</sup> /ショールーム	1,504	1,702	199
その他	109	165	56
合計	11,509	12,174	665

## 売上高推移



### 主な増減要因

マットレスはSertaブランドのスイートシリーズ、dreambedブランドの新商品(ピュアドリーム)を重点商品として販売強化。ラグジュアリーホテルとのコラボ企画も実施。約40年振りの新ブランドKING KOIL(キングコイル)の展示導入も好調な滑り出し。ligne roset(リーン・ロゼ)については、ソファを中心に販売は堅調に推移。

インバウンドの増加によりホテル業界の宿泊稼働率は引き続き高水準にあり、ホテル新設やマットレスの入替需要は旺盛。新ブランド(KING KOIL)の新規採用も好調。

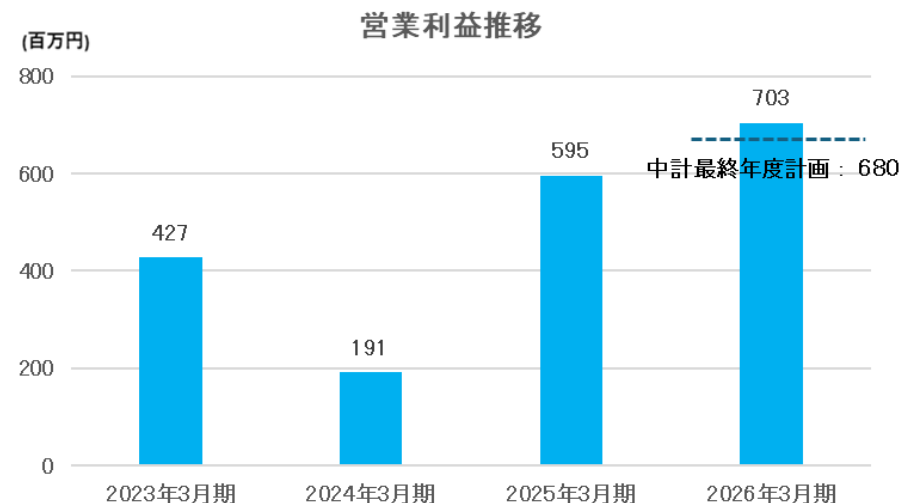
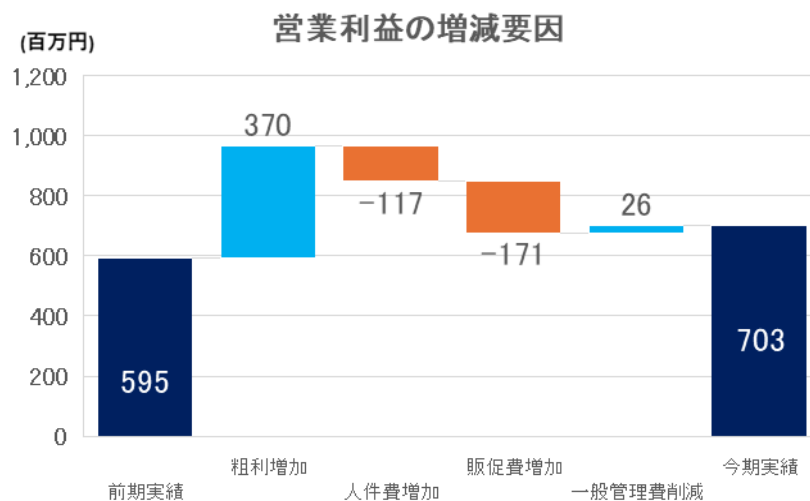
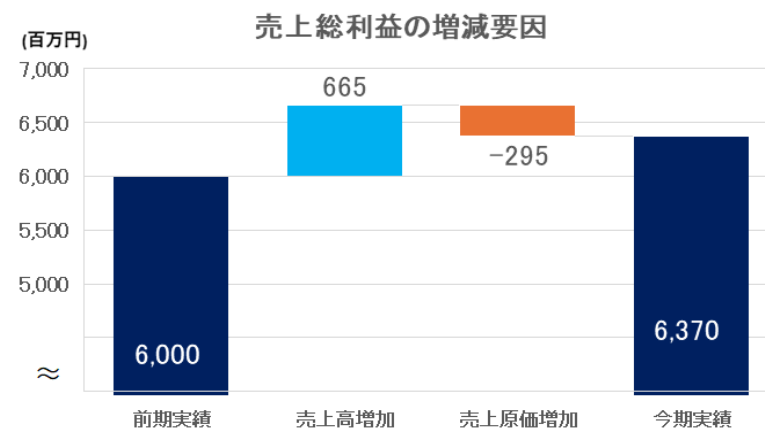
ショップにおいてはligne rosetデザイナー企画等の実施や、新モデルのロゼカシマ投入により販売は好調に推移。ショールームにおいては、法人誘致を積極的に展開。チャネルについては、東京ショールームやリーン・ロゼ新宿の増床リニューアル等を実施。

第2四半期より開始した海外輸出(OEM供給)はインドネシア、マレーシアへの本格輸出に加え、中国へのトライアル輸出も開始。Sertaをはじめとした直販ECも売上増加に寄与。

売上総利益は、原材料等のコスト上昇を売上増や高利益率商品の拡販で吸収し増益。営業利益も、人件費や売上増にともなう販促費等経費の増加を粗利益の増加で吸収し、上場来最高となる703百万円。

## 損益計算書

	25/3月期	26/3月期	(百万円) 増減
売上高	11,509	12,174	665
売上総利益	6,000	6,370	370
営業利益	595	703	108
経常利益	583	686	103
当期純利益	415	479	64

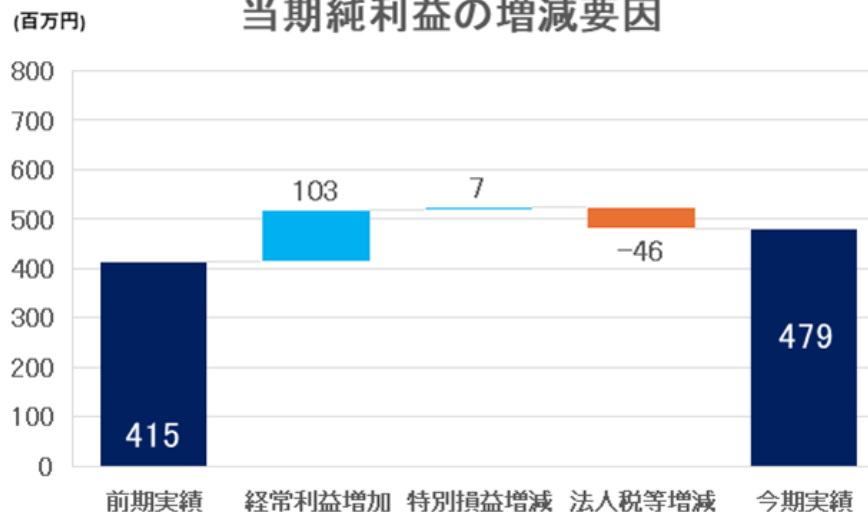


当期純利益も、479百万円となり上場来最高。  
ROE(自己資本利益率)も順調に増加(中計の計画値12.0%は未達)。

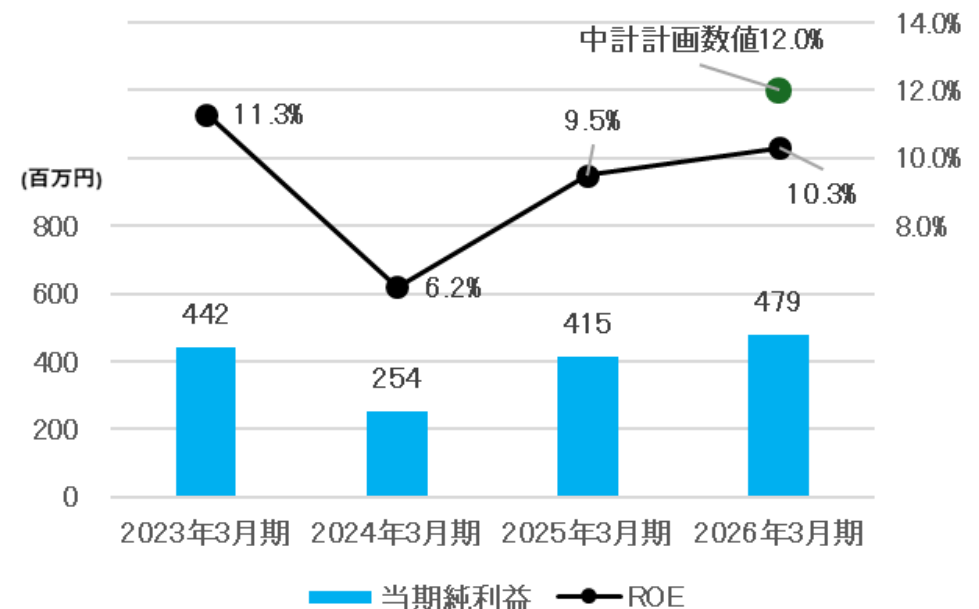
## 損益計算書

	(百万円)		
	25/3月期	26/3月期	増減
売上高	11,509	12,174	665
売上総利益	6,000	6,370	370
営業利益	595	703	108
経常利益	583	686	103
<b>当期純利益</b>	<b>415</b>	<b>479</b>	<b>64</b>

### 当期純利益の増減要因



### 当期純利益とROE推移



- ・資産の部は、売上増に伴う営業債権、棚卸資産や無形固定資産(ソフトウェア)の増加等により、前期比+245百万円の11,513百万円。
- ・負債の部は、営業債務(支払手形)の減少等により、前期比△90百万円の6,669百万円。
- ・純資産の部は、利益積上げにより+336百万円の4,844百万円、自己資本比率は2.1%向上し42.1%。

## 貸借対照表

資産の部	(百万円)		
	25/3月末	26/3月末	増減
現金及び現金同等物	797	649	△ 147
営業債権	2,325	2,475	150
棚卸資産	1,172	1,280	108
その他	161	148	△13
流動資産合計	4,456	4,554	97
有形固定資産	6,210	6,101	△ 109
無形固定資産	88	267	179
投資その他資産	512	589	77
固定資産合計	6,810	6,959	149
資産合計	11,267	11,513	245

負債・純資産の部	(百万円)		
	25/3月末	26/3月末	増減
営業債務	760	349	△ 411
有利子負債	2,296	2,720	424
その他	1,645	1,447	△ 198
流動負債合計	4,701	4,517	△ 184
有利子負債	1,607	1,705	98
その他	450	446	△ 4
固定負債合計	2,058	2,151	93
負債合計	6,759	6,669	△ 90
純資産合計	4,508	4,844	336
負債・純資産合計	11,267	11,513	245
自己資本比率	40.0%	42.1%	2.1%

注) 取適法の改正に対応し支払手形を廃止。  
これに伴う運転資金の増加を短期借入金にて対応。

フリーキャッシュフローは、取引条件の変更や、投資増等により△475百万円。これを財務調達により対応した結果、現金及び現金同等物は前期比△147百万円。

## キャッシュフロー計算書

	(百万円)			(百万円)	
	25/3月期	26/3月期		25/3月期	26/3月期
営業活動によるCF	481	110 <sup>注1</sup>	財務活動によるCF	△ 55	328
税引前当期利益	573	683	短期借入金	303	424
減価償却費	349	408	長期借入金	△ 200	100
営業債権の増減	△ 181	△ 150	配当他	△ 158	△ 195
棚卸資産の増減	△ 138	△ 107			
営業債務の増減	△ 165	△ 408	現金&現金同等物の増減	91	△ 147
その他	44	△ 315	現金&現金同等物期末残高	747	599
投資活動によるCF	△ 335	△ 586 <sup>注2</sup>			
設備投資	△ 272	△ 348			
その他投融资等	△ 63	△ 238			
FCF	146	△ 475			

注1 営業CFの前期比減少要因  
 ・支払手形の廃止(取適法対応)に伴う営業債務の減少  
 ・法人税の増加  
 ・工場新設に伴う未払消費税の特殊要因の剥落

注2 投資CFの前期比減少要因  
 ・店舗、機械設備投資の増加  
 ・システム更改に伴うソフトウェア増加

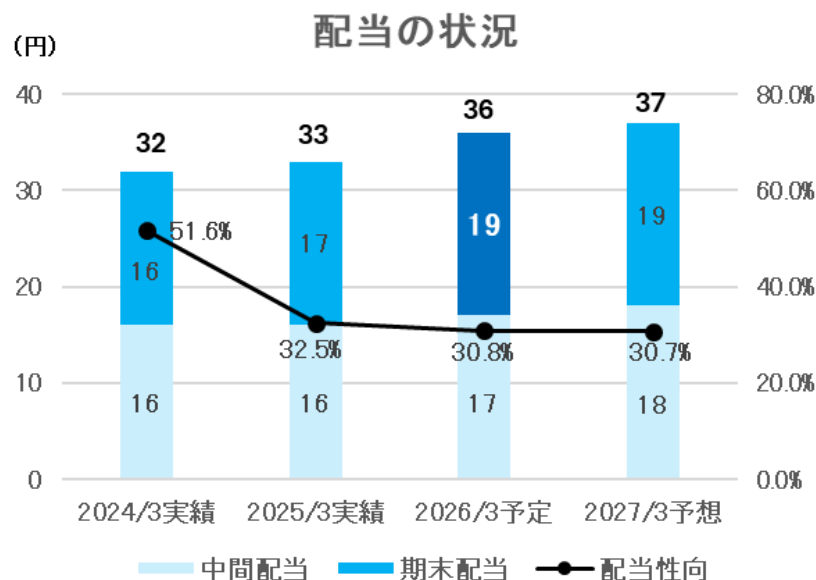
## ■2026年3月期 期末配当

2026年3月期 期末配当は、従来の予想1株あたり17円00銭に、当社創業75周年の記念配当2円を加え、1株あたり19円00銭(年間配当36円)の予定。  
2027年3月期の年間配当は37円を予想。

### 配当の状況

基準日	1株あたり配当金		
	第2四半期末	期末	合計
2025/3月期実績	16円00銭	17円00銭	33円00銭
2026/3月期予定	17円00銭	19円00銭	36円00銭
2027/3月期予想	18円00銭	19円00銭	37円00銭

(含創業75周年記念配当2円)

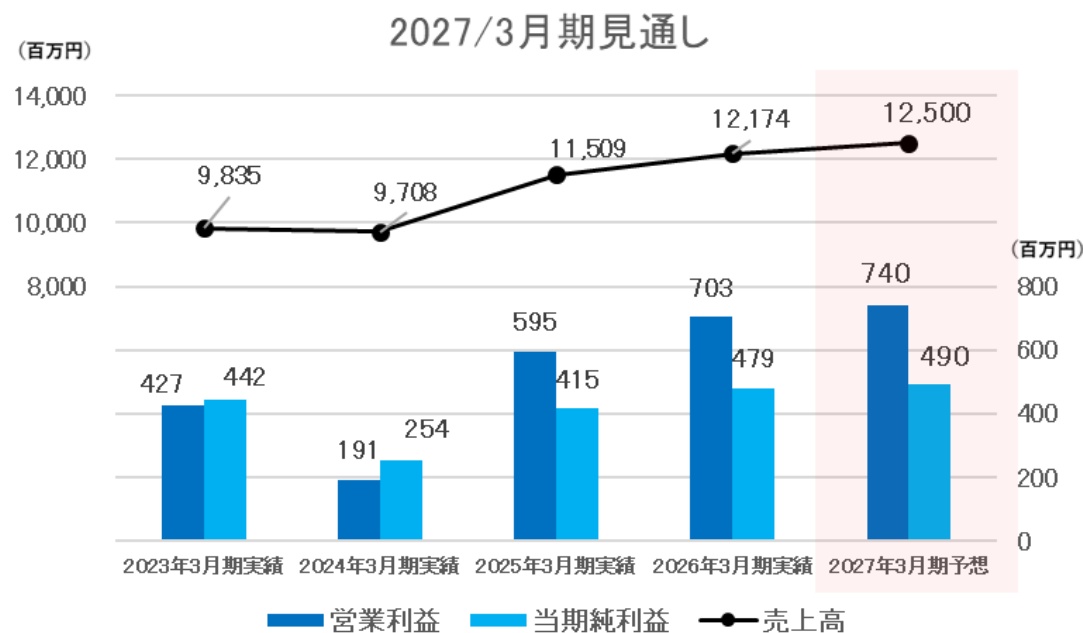


## ■2027年3月期 業績見通し

2027年3月期は下記の通り増収・増益を見込む。

売上高 12,500百万円(前期比+2.7%)  
営業利益 740百万円(前期比+5.3%)  
当期純利益 490百万円(前期比+2.1%)

※中東情勢が落ち着く前提としての見通しになります。



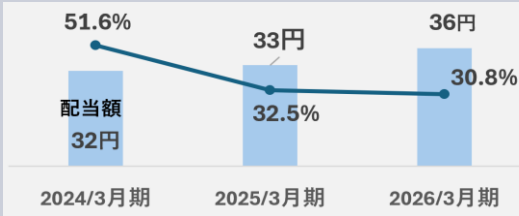






## 4. 前中期経営計画の成果と取組み

# 4. 前中期経営計画の成果(数値目標に対する結果)

項目	計画 (中計最終年度)	実績	差異	評価
売上高 (百万円)	11,000	12,174	+1,174	<p>各販売経路とも伸長し、売上高は大幅に計画を達成。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・家具販売店向け 8,503(3年間増加率 11%) ~新ブランド、新商品投入~</li> <li>・商業施設向け 1,803( // 90%) ~インバウンド効果による受注増~</li> <li>・ショップ/ショールーム 1,702( // 62%) ~新店舗等のチャネル充実奏功~</li> </ul>
営業利益 (百万円)	680	703	+23	<p>原材料の高騰や為替変動の影響はあったが、売上高の伸長により達成。</p> 
EBITDA (百万円)	1,130	1,118	△12	<p>営業利益が伸長した一方で、当初設備投資として予算化した一部項目が経費に振り替わったことにより、若干の未達。上記の特殊要因を除けば概ね達成。</p>
ROE (%)	12.0	10.3	△1.7	<p>営業利益計画は達成したが将来に向けた設備投資による金利負担や、補助金収入の剥落等により計画未達となったが、着実に向上。</p> 
配当性向 (%)	32.0	30.8	△1.2	<p>最終年度は未達となったが、期間中、每期安定的に増配。</p> 

## (1) マルチブランド戦略の強化拡大(売上高の増大とともにブランド価値が着実に向上)

前  
中  
計  
で  
の  
施  
策



- ・ラグジュアリーホテルとのコラボ企画。
- ・サータ新商品。

dream bed

- ・フルオーダーマットレス開発。
- ・海外市場展開の準備。

KING KOIL  
MATTRESS CO.

- ・新たなブランド提携先検討。

取  
組  
み  
実  
績

- ・サータシリウス、スイートシリーズ、Serta On a cloud。
- ・海外輸出開始。

- ・オーダーメイドマットレスThe Dreamを開発し、各ショールームへ配備。

- ・新ブランドKING KOILを、約40年ぶりに契約提携。

## (2) 販売チャネルの強化拡大(デジタルマーケティング、新店開設等がチャネル拡大に寄与)

前  
中  
計  
で  
の  
施  
策

- ・デジタルマーケティング、SNSによる広告展開。
- ・CRM(顧客関連管理)の強化。

- ・営業拠点を集約し、首都圏営業機能の強化。
- ・売場整備による発信力の増強。

- ・ショップ/ショールームの新設。

- ・海外展開の準備。

取  
組  
み  
実  
績

- ・松重 豊氏起用によるブランディング強化。

- ・南関東営業所、ハウジング、コントラクト営業機能を集約し、東京支社開設。

- ・東京ショールームを渋谷から日本橋に移転。
- ・名古屋ショールーム、リーン・ロゼ名古屋をオープン。

- ・インドネシアのサータライセンスへ本格的に輸出スタート。

- (3) 生産技術・能力・機能の拡充
- (4) 戦略遂行を支える財務・投資戦略
- (5) ES・エンゲージメント向上・サステナビリティ経営の実現  
(生産・財務戦略・ES向上より、総合的に企業価値向上に寄与)

前  
中  
計  
で  
の  
施  
策

- ・コイルほか新技術開発。
- ・生産能力、生産効率の向上。

- ・品質管理の徹底。
- ・差別化された新製品開発。

- ・株主還元、内部留保。

- ・ES(従業員満足度)の向上。
- ・健康経営施策への取組み。

取  
組  
み  
実  
績

- ・新たな3特許出願中。  
ポケットコイル製造装置  
マットレス提供システム  
試し寝用マットレスの制作器具

- ・每期増配実施。
- ・自己株買い前中計3年間合計110千株取得。
- ・株主優待充実(保有株数区分廃止し、割引対象拡充、ホテル無料宿泊券贈呈)

- ・女性管理職比率2023/3期0%⇒2026/3期1.6%へ。
- ・毎期のベースアップや完全週休二日制の導入。

# 5. 中期経営計画

*Creating Value for Dreams*

- ・前中期経営計画で、会社のChange & 新たな取り組みへのChallenge を達成。
- ・本中期経営計画においては、変革と挑戦の風土を維持しつつ、それを顧客、株主、従業員、パートナー、社会の夢を実現するための価値創造に向けていく。

# *Creating Value for Dreams*

～すべてのステークホルダーの夢を実現するために、価値を創造する～

- For Customers: 質の高い眠りと、豊かな暮らしという夢を実現する製品
- For Shareholders: 持続的な成長と、企業価値向上という期待(夢)に応える成果
- For Employees: 自己実現と、幸福な人生という夢を支える職場
- For Partners: サプライチェーンを支えるパートナーと夢を共有するWIN-WINの関係
- For Society: 安全・安心でサステナブルな社会という願い(夢)に貢献

## 内外環境の変化をとらえ、Valueを創造するための3つの方針を追求。

・複雑化する事業環境や新しい時代の潮流がとりまく外部環境に対し、当社の強みを活かし、課題に即応した経営戦略により価値を創造する。

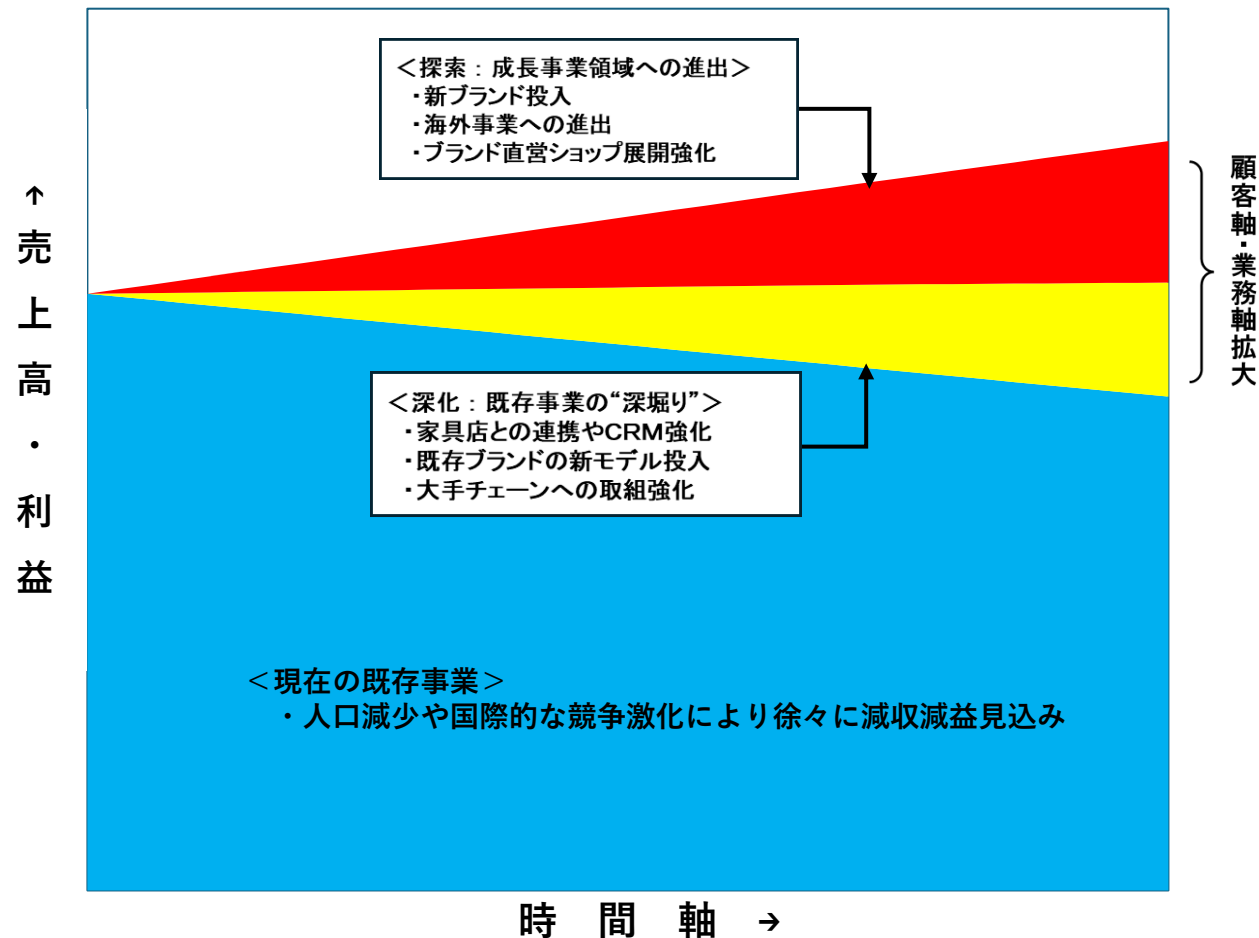
外部環境分析		内部環境分析	
プラス要因	<b>睡眠意識の高まりやインバウンド需要の好調</b> ・「睡眠、ウェルネス(健康)」需要の拡大。 ・インバウンド伸長に伴うホテル等、商業施設市場の活況。 ・環境配慮やサステナビリティに対する社会的要請の高まり。	強み	<b>マルチブランドの進化や販売チャンネル拡大</b> ・「Serta」「KING KOIL」「ligne roset」等、世界トップブランドを国内独占販売権でのライセンス生産により、マルチブランド経営を実践。 ・国内自社工場における「高技術・高品質・短納期」のモノづくり。 ・卸売から直販、EC展開、海外まで、幅広い販売チャンネルで展開。
	<b>国内人口減による市場縮小やコスト高</b> ・国内人口動態の変化に伴う、従来の家具小売市場の縮小。 ・原材料費、物流費の高騰と為替変動リスク。 ・労働人口減少による生産・物流現場の構造的課題。		<b>コスト上昇に対応した効率化や、付加価値増大</b> ・多様化するライフスタイルに合わせた販売チャンネルの開拓。 ・外部環境に左右されないコスト構造への転換による、収益基盤の強化。 ・キャッシュ創出力の強化。 ・工場における省人化によるコスト削減、並びに生産能力・効率の向上。

成長戦略	<b>① 既存事業領域の深化（深堀して維持）</b> 人口減少により市場の縮小が見込まれる中、新ブランドや製品の投入等で市場内シェアを拡大し、既存事業を維持。
	<b>② 新規成長事業領域の探索（成長領域に資源投下）</b> 好調なインバウンド市場に牽引される国内ホテル向け需要、成長著しい海外マーケット、好調なリーマン・ロゼ直販店等成長領域に資源投入。
	<b>③ バリューアップ（付加価値創造）のための効率化</b> 成長性を示す売上だけでなく、価値創造の結果である利益額に重点を置き、原価増の抑制、固定費率の削減を目指す。

## 価値創造と持続的成長のための深化と探索

- ・長期的に縮小する国内マーケットにおいて、維持成長のために、既存事業を深掘りしてシェアの拡大を目指す。全社成長に向けて、新領域を探索して拡大する。

### 今後の事業成長イメージ



## ブランド別/販売チャンネル別施策における、既存及び成長領域での深化と探索。

新中計において、ブランド並びに販売チャンネルごとに既存事業領域で現行の取組みを深掘するとともに、成長事業領域へ新たに進出していくことで、売上拡大を図る。

	ブランド/販売チャンネル	既存事業領域の維持強化(深化)	成長事業領域への進出(探索)
ブランド施策	Serta	Serta 95周年モデル追加 Serta Sleep Siteの深化	
	KING KOIL		<b>KING KOILのブランド確立</b>
	dreambed	ドリームベッド ブランド 再構築	自社ブランドでの輸出検討開始
	ligne roset		ligne roset新規出店 <b>(仮称)ligne roset Japan Fit collection発表</b>
	RUF BETTEN	RUF 新モデル追加	
	WATER WORLD	WATER WORLD ブランド再構築	
	新ブランド	寝装品ブランド 立ち上げ	インテリアでの新ブランド調査開始
販売チャンネル施策	家具販売店向け	既存家具販売店との連携強化	百貨店・一般法人営業強化
	商業施設向け	大手チェーンへの販売拡大	周辺新商品の拡大
	ショップ/ショールーム	每期直営ブランドショップ出店	<b>新業態直営店や海外出店検討</b>
	海外・ECほか		<b>OEM海外輸出の拡大推進</b> <b>海外輸出販売ライセンスの獲得検討</b>

ブランドタッチポイントの拡張、及び拡大する大規模家電量販店チェーンへ販促強化。

## 【新中計での施策】

・家具販売店内での展示増加(インシェアアップのための新商品投入)。

・CRMの強化による販促。

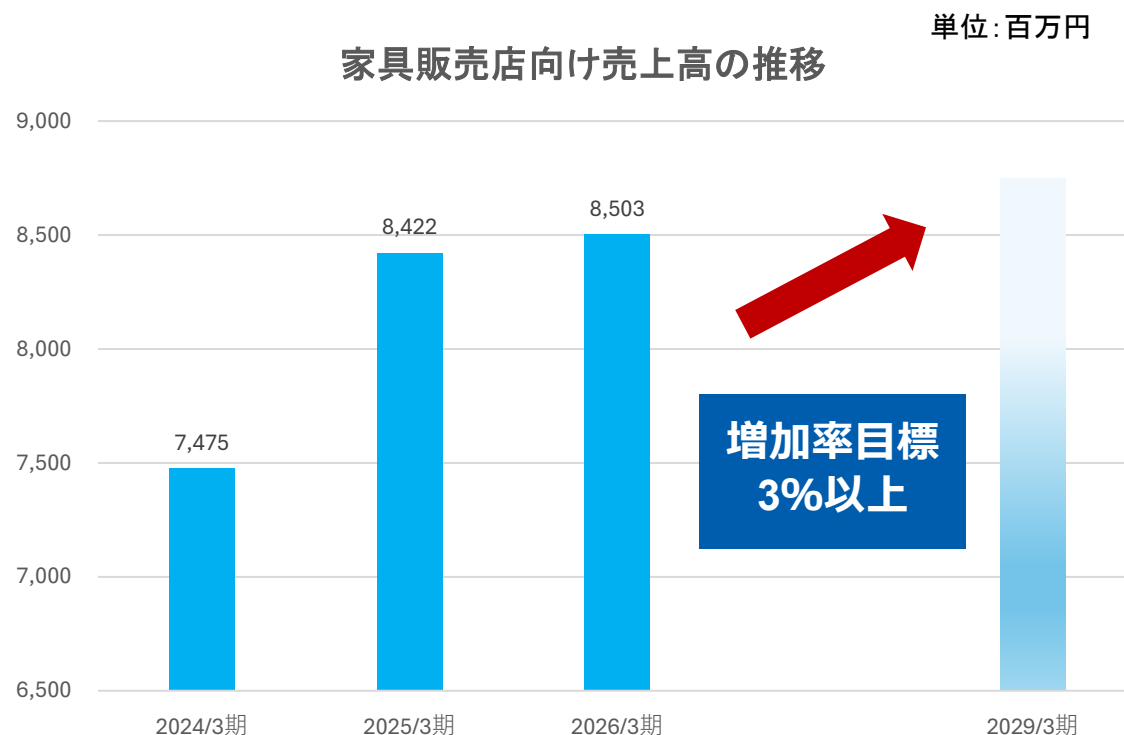
・ショールーム、百貨店におけるブランドタッチポイントの拡張。

・大規模家電量販店チェーンへの販促強化。

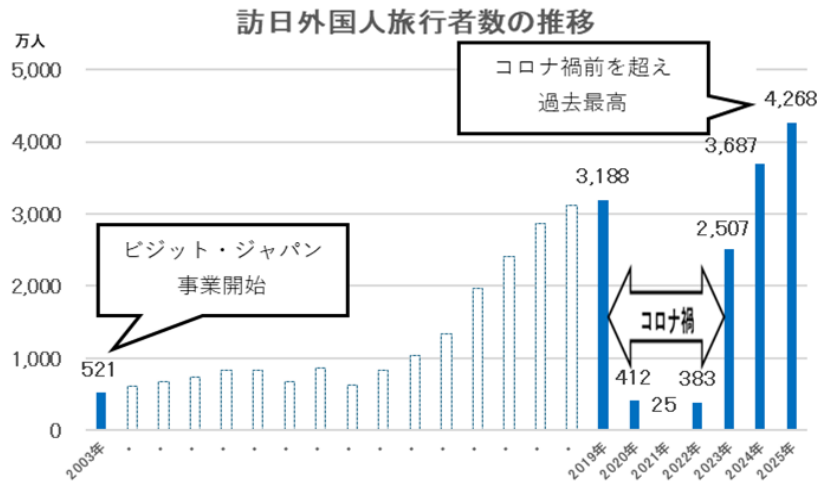
・マットレス、ロゼにおけるEC販促強化。

・法人向け営業強化(企業の福利厚生向け)。

- ・外部環境分析のとおり、家具小売市場の縮小から、既存顧客との強固なリレーションシップは維持しつつ、左記の各施策に示す、ECやCRMによる誘客を促進。
- ・大規模家電量販店チェーンや法人向け等、新たなチャネルの開拓をもって、売上維持と安定的な成長を目指す。



## KING KOIL マットレスの拡販、ホテル向け以外の販売チャネルの拡大。



データ出所: 日本政府観光局(JNTO)訪日外客統計

・インバウンドの増加により、ホテルにおけるマットレスのリニューアル、新規ホテル開業の加速度的な増加を背景に、受注数が大幅増加。

### 【新中計での施策】

- ・KINGKOILによる拡販(ホテル採用率向上)。
- ・付帯新商品(軽量マットレス、スライドボトムほか)のベッドメイキングしやすい製品を開発(同採用率向上)。
- ・リーン・ロゼ商品のホテル向け展開。
- ・ホテル以外の旅館、寮、客船等新たな販売チャネルの開拓。



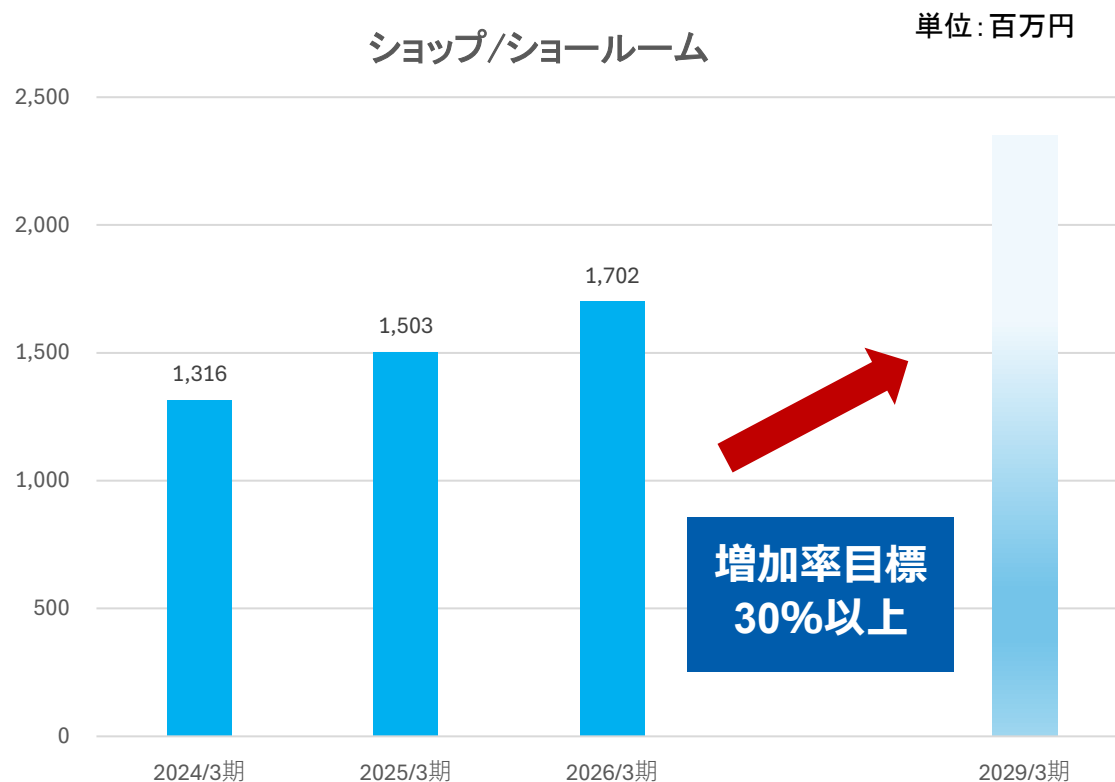
新規ショップ出店及び、深掘りしたマーケティングによる認知度向上とともに拡販。



### 【新中計での施策】

・大都市圏を中心とした、毎期の新規出店。

・これまで毎期リーン・ロゼショップを出店し、ロゼトーゴほか主力商品、並びにジャパンフィットモデルの新商品販売等により売上高は年々拡大。引き続きリーン・ロゼ梅田に続く、新規ショップ出店を計画(左店舗網参照)。



日本国内最大級のショップ(リーン・ロゼ梅田)を、2026年5月22日に新規出店。

- ・リーン・ロゼ7店舗目となる**西日本エリアフラッグシップショップ**を、**世界のスーパーブランドも入居するヒルトンプラザ**に出店。**国内最大級119坪の売場面積**を誇る。
- ・これまでよりもさらに**アッパー層の顧客をターゲット**に販売増を狙うとともに、既存のリーン・ロゼ大阪(大阪府大阪市中央区南船場2-12-5 心斎橋イーストスクエア1F)とのシナジー効果から、認知度の向上を図る。



大阪府大阪市北区梅田1-8-16  
ヒルトンプラザイーストB1F



本格的に開始したマットレスの海外輸出を発展させ、さらにロゼも検討開始。

- ・サータブランドにおける「**ジャパンエクスクルーシブモデル**」の**インドネシア販売**を開始。  
インドネシアのサータライセンスーへOEM輸出し、同国内の百貨店・直営ショップにて販売。
- ・今春から**KING KOILブランドでのOEM輸出も開始**。その他東南アジアへの輸出拡大トライアル中。
- ・中長期的には、自社ブランドである**ドリームベッドブランドでの輸出を視野**にいれる。
- ・**リーン・ロゼによる海外販売ライセンスの取得を検討中**。



輸出

検討中のアジア周辺諸国



卸売

百貨店・直営ショップ



販売

輸出先  
エンドユーザー



売上増加に伴う生産及び物流基盤を固め、販売機会の喪失を防止し利益向上。

■ **生産基盤** ▶ 競争力強化及びマルチスキル人財にて売上貢献。原価低減にて利益向上。

特許による競争優位性向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マットレスの新ゾーニング開発や、メイキングしやすいボトムの開発を加速。</li> <li>・<b>特許取得により高付加価値商品の提供による利益率向上。</b></li> </ul>
省人化と原価低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>AIカメラを活用し、品質の安定化と省人化を推進。</b></li> <li>・歩留り改善により、製造原価を直接的に低減。</li> </ul>
多能工化と技術伝承	<ul style="list-style-type: none"> <li>・熟練工の製造技術を計画的に継承。</li> <li>・<b>多能工(マルチスキル人財)の育成により、生産体制を構築。</b></li> </ul>

■ **物流基盤** ▶ 在庫削減でキャッシュ創出。ネットワーク強化及び生産性改善で利益向上。

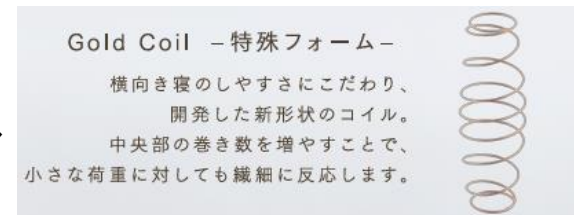
在庫削減による資本効率化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売動向と連動し、過剰在庫を徹底圧縮。</li> <li>・<b>キャッシュ・コンバージョン・サイクル(CCC)を改善。</b></li> </ul>
配送ネットワーク強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>ラストワンマイルを担う業者を開拓し、独自の強固な配送網を構築。</b></li> <li>・出荷量の平準化を進め、確実な納品体制を維持。</li> </ul>
物流拠点の再編	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物流拠点の配置を最適化し、拠点間輸送コストを削減。</li> <li>・作業の効率化を推進し、現場の生産性を改善。</li> </ul>

## 拡大するスリープテック市場に向け、マットレス自体の開発を加速。

### ■技術開発(以下、いずれも特許出願済み)

#### 【ポケットコイル製造装置】

- ・コイルの巻数(巻角度の調整)、巻形状(円形、楕円形)を変えた多種多様なコイルを、**1台の設備で1個単位で切り替えて製造できる技術を開発**。KING KOILで実装。



#### 【マットレス提供システム】

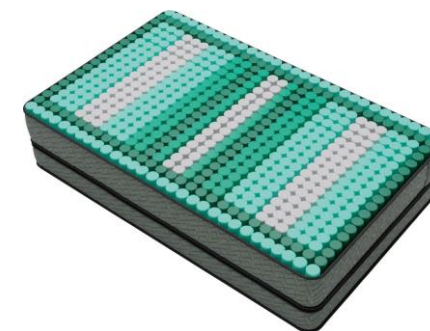
- ・体形や生活習慣等の複数の属性に基づき、お客様に最も適したマットレスを選択できるよう、マットレスの仕様を、**当社独自のアルゴリズム「ネルゴリズム」によって細やかに微調整するシステム**。



立位測定器による計測イメージ図

#### 【試し寝用マットレスの制作器具】

- ・マットレス提供システムで決定されたマットレスを、**お客様が実際に試して寝ていただくために**、確認用施策マットレスを容易に制作するための器具。従来に比して、効率的に短時間で制作可能に。



試し寝用マットレスの制作

### ■スリープテック

- ・引き続き、**アカデミアとの連携によるスリープテックへの取組み**を継続。
- ・オーダーメイドマットレス、並びにサータに実装している「ネルゴリズム」のさらなる技術開発による進化。

収益性は向上しているが、成長への信頼性が確立できていない。

## ■現状分析

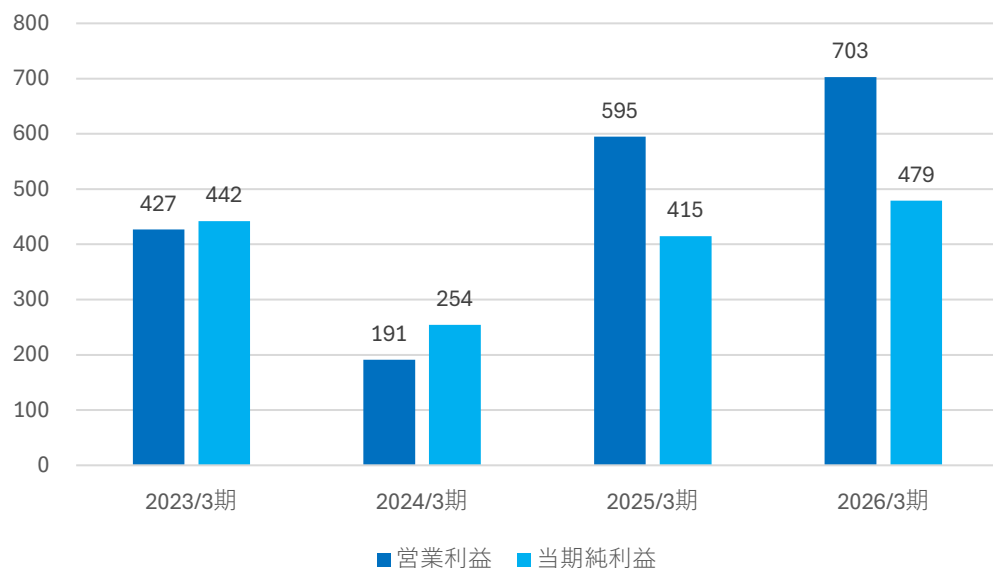
- ・中計施策の実施を通じて、売上及び利益の着実な成長を達成。目標未達ながらROEを改善し、毎期増配を実施。認識する**株主資本コストを上回る収益性を確保しているが、株価を上昇させることができずPBRが1倍を下回る状況が続いている。**

## ■原因分析

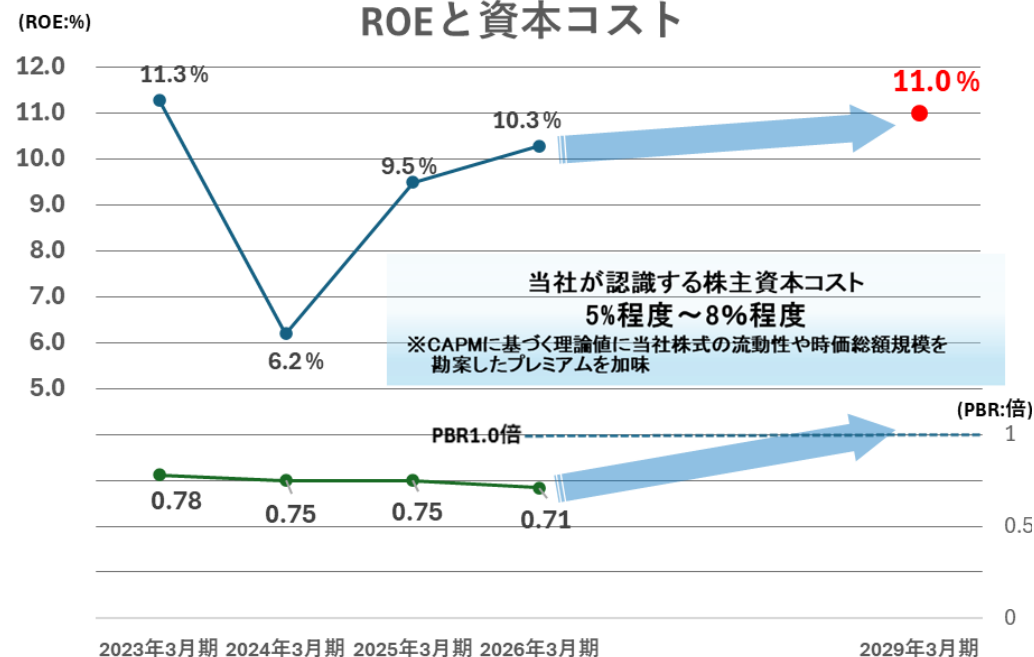
- ・国内人口の低減等により、家具産業自体が成長事業領域と見られていないこと。
- ・上場当初からの計画未達や減収減益により、当社の収益の成長性についての信頼が十分に得られていないこと。
- ・直近2期は成長できたが、今後の中期的な成長シナリオや株主還元シナリオをまだ示せていないこと。

⇒**新中計について成長シナリオや株主還元方針を明確に示し、それを着実に実行達成することで、株主皆様の信頼を得るよう努める。**

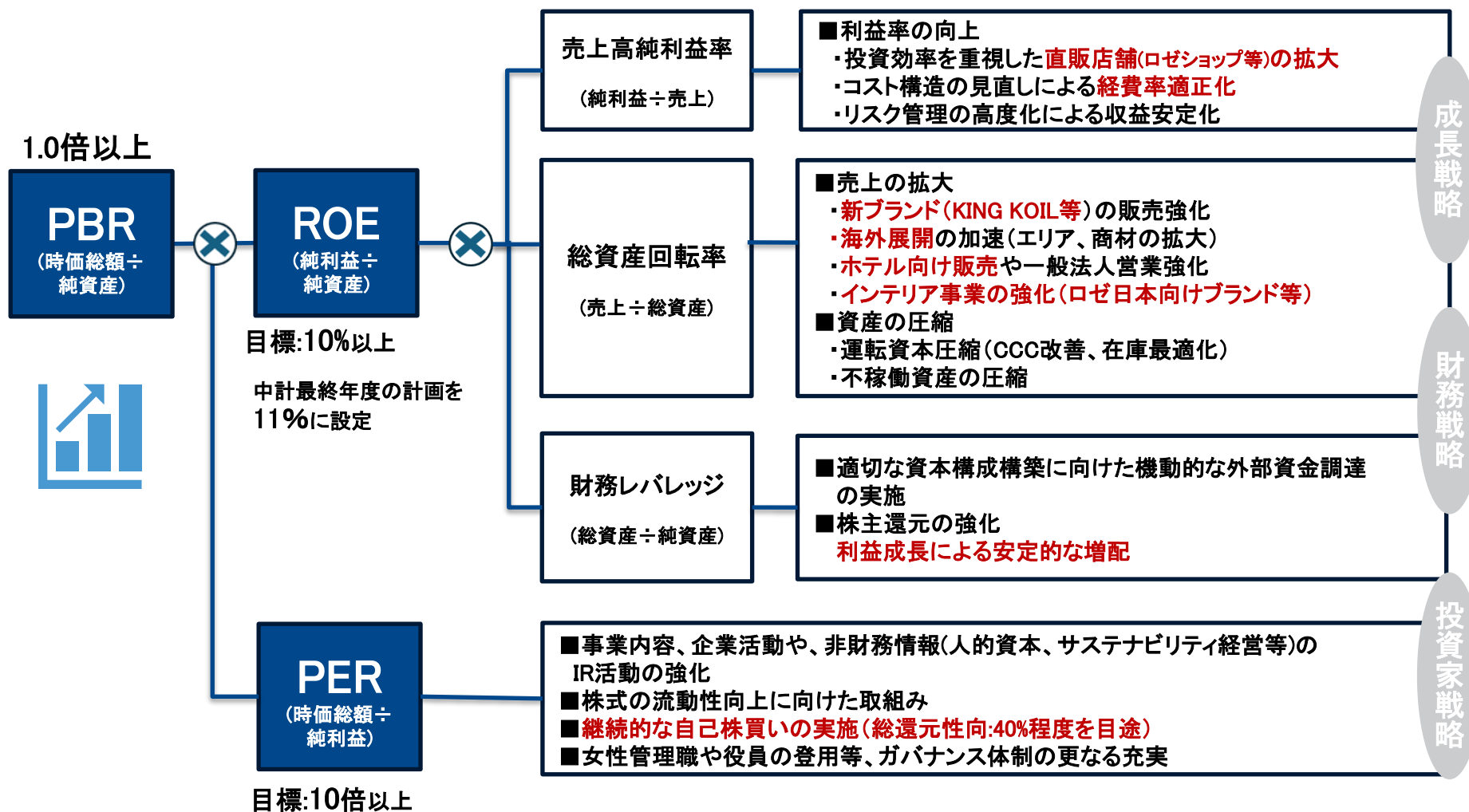
営業利益/当期純利益の推移 単位:百万円



ROEと資本コスト



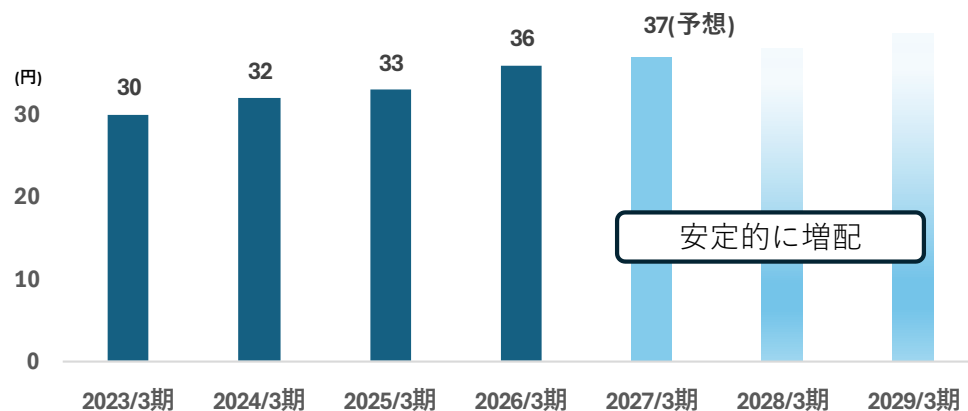
各戦略の有機的な結合により、新中計期間中に株価の向上(当面 PBR1.0倍以上)を目指す。



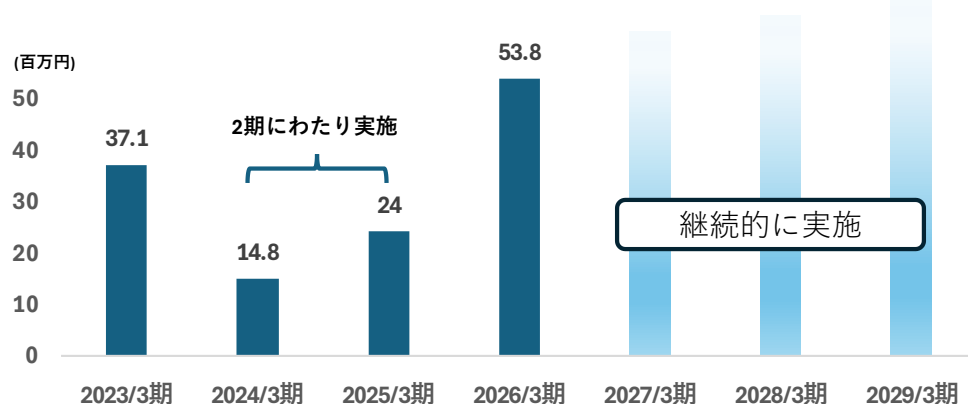
総還元性向40%以上目途、新中計では安定的に増配+自己株買い実施。

## 株主還元の方針

■配当金（1株あたり）の推移



■自己株買いの推移



・総還元性向40%以上を目途とする方針。

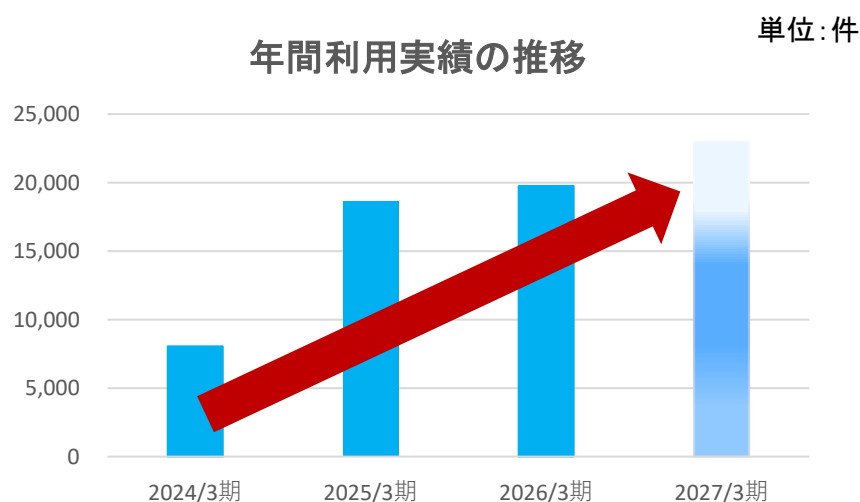
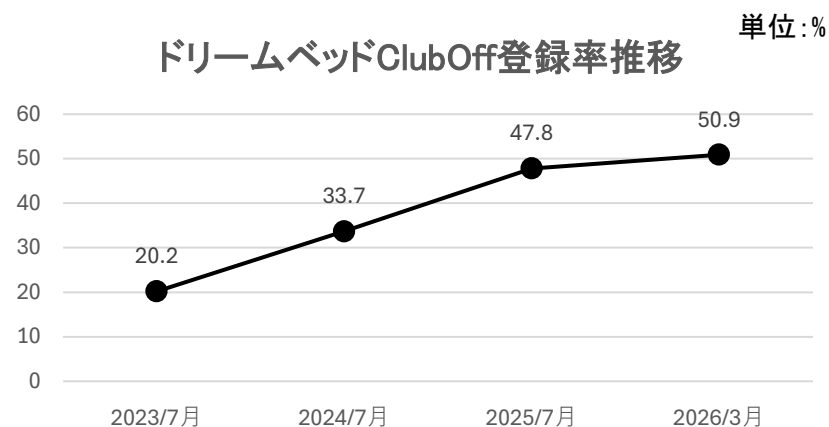
・本中期経営計画期間内は、安定的に「増配を実施する」  
(2026年3月期は創業75周年記念配当2円を加えて、  
年間配当36円)。

・2027年3月期も年間配当1円増配予想。

・さらに、自己株買いについても継続的に実施し、  
株主還元の充実化を図る。

## ホテル宿泊割引券の贈呈を新設し、さらに充実した内容へ。

- ・ドリームベッドClubOff会員の登録数は着実に増加しており、対象株主数全体の**50%を超過**。
- ・同サービスの利用件数(全国提携の施設にて優待価格で受けられるサービス利用数)も**月間最多4,000件を突破**。
- ・株主数及び登録数の増加に伴い、当社ECサイトにおけるベッド、ソファの購入額も年々増加(**増加率2倍**)。



### 充実した優待内容

#### ① 毎3月末に100株保有の株主様を対象に割引

- ・ドリームベッド、サータ、**ルフ、キングコイル、ウォーターワールド**商品を30%割引
- ・リーン・ロゼ商品を20%割引

#### ② ドリームベッド Club Off (株主様限定優待サービス)の贈呈

- ・宿泊施設の割引をはじめ、日帰り温泉・グルメ・映画・レジャーなど、全国 20 万軒以上の提携 施設を優待価格でご利用いただけるサービス
- ・米、洗剤、飲料水など日用品を優待価格でご利用いただけるサービス

#### ③ 抽選で以下いずれかの宿泊特典を贈呈

- ・当社商品を導入いただいている「三井ガーデン ホテル無料宿泊券」  
(20組40名様)

#### ・【新設】

- 当社商品を導入いただいているホテルを含む、ドリームベッドClub Off提携先ホテルで利用可能な「10,000円宿泊補助券」  
(30名様)

## マテリアリティ(重要課題)に対する目標値をクリアーし、持続可能な社会を実現。

・当社のサステナビリティに対する基本的考えに基づき、エンゲージメント向上、人的資本経営に注力。

マテリアリティ(重要課題)	社会価値・ 経済価値創出	目標値
脱炭素社会の実現	カーボンニュートラル	・Scope-1,2の排出量削減に向けた取組の継続。
環境負荷低減	資源削減	・イベントや催事、展示に使用したキズ、汚れ等で廃棄されるマットレス、フレームを回収してのリサイクル率100%。  ・端材を活用した商品の販売によるCO <sup>2</sup> 排出量削減(ロゼエコクッションや一部のマットレス)。
睡眠×健康	健康	2027年3月期 ・階層別研修による人材価値の向上。
人材価値の最大化・DE&I・ 健康経営施策・働きがい	人材	2028年3月期 ・健康経営優良法人取得。 ・男性育児休暇取得率85%。 ・女性管理職比率5%(2030年までに10%へ)。 ・年次有給休暇取得率70%。
空環創造宣言	空環創造	2027年3月期 ・空環創造実現ワーキンググループの新設。
コンプライアンスの徹底	ガバナンス	・全従業員を対象とした定期的なコンプライアンス、ハラスメント教育の継続 1回/月。

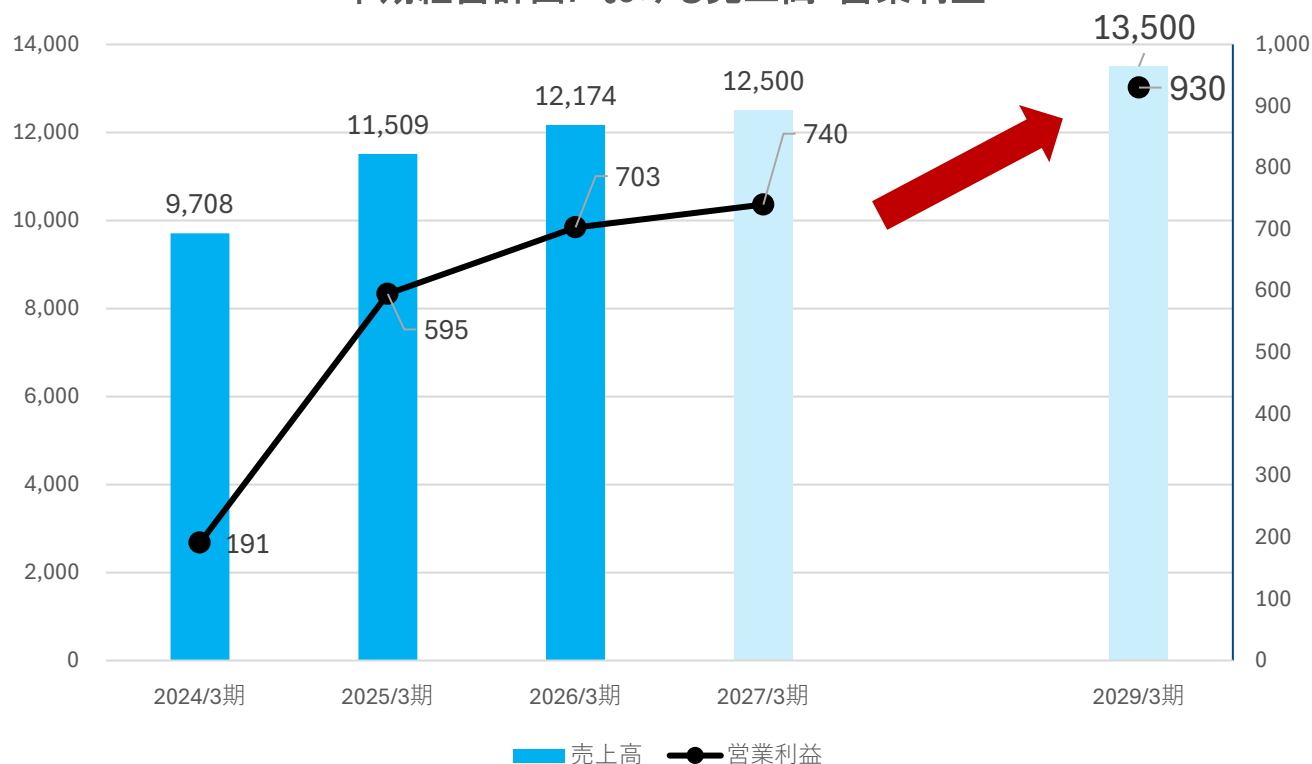
売上高13,500百万円、営業利益930百万円、ROE11.0%を目指す。

・イラン情勢や物価高騰により先行き不透明感  
は高いものの、次第に落ち着きを見せるもの  
として、新中計においては、  
売上高、営業利益、ROEを右記のとおり  
数値目標に掲げる。

	2026年3月期	2029年3月期	増加率/ポイント
売上高(百万円)	12,174	<b>13,500</b>	10.9%
営業利益(百万円)	703	<b>930</b>	32.3%
ROE(%)	10.3	<b>11.0</b>	0.7

中期経営計画における売上高・営業利益

単位:百万円



- 本資料には、将来の業績に関する予想、計画、見通しなどの記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。
- 将来の業績は、主要市場の経済情報、製品需要の変動、為替相場の影響、国内外の各種規制、会計基準・慣行等の変更により、大幅に異なる可能性があることをご留意ください。
- 本資料は情報の提供を目的として作成したものであり、本資料によって何らかの行動を勧誘するものではありません。

# dream bed

(お問い合わせ先)  
ドリームベッド株式会社 経営企画部  
<https://www.dreambed.co.jp>  
[keiki@dreambed.co.jp](mailto:keiki@dreambed.co.jp)