



ドリームベッド株式会社 (7791)

2026年3月期第2四半期決算説明資料



2025年11月20日

dream bed



目 次

1. 会社概要	P. 2
2. 当社の強み	P. 4
3. エグゼクティブサマリー	P. 9
4. 第2四半期業績概要	P. 11
5. 第2四半期業績予想と実績値の差異	P. 17
6. 成長戦略の進捗	P. 21
7. 中間配当	P. 33
8. 中期経営計画3年間の進捗	P. 35

1. 会社概要





1. 会社概要

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、寝装品などのメーカー企業

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
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	539人（従業員378人、パート契約、嘱託等161人） ※2025年3月末日現在
決算期	3月末

2. 当社の強み



2. 当社の強み

ベッドで米国Serta（サータ）社・KING KOIL（キングコイル）社、インテリアでフランスのligne roset社（リーン・ロゼ）など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用なチャンネルで提供できるのが強み。

①世界のマルチブランドを、



ligne roset®



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

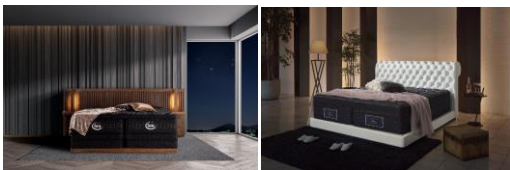


2. 当社の強み 世界のマルチブランド

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

KING KOIL
MATTRESS CO.



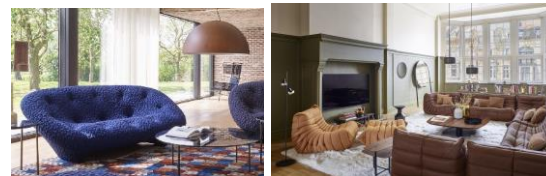
1898年アメリカ創業のマットレスブランド
Nature & Wellness
「上質な眠りは、上質な素材から」
天然素材と高機能素材を使ったブランド



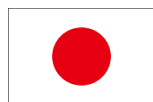
ligne roset®



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



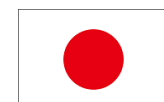
ruf | BETTEN
Perfektion der Sinne



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



2. 当社の強み 高い技術力と製造力で企画製造

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

(新)八千代第一工場

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

将来的に生産能力は 前工場比1.3倍、
生産効率と同1.1倍に 増加の計画。



千代田工場

- ・所在地：広島県山県郡北広島町
- ・工場/倉庫：約3,881m²



八千代第二工場

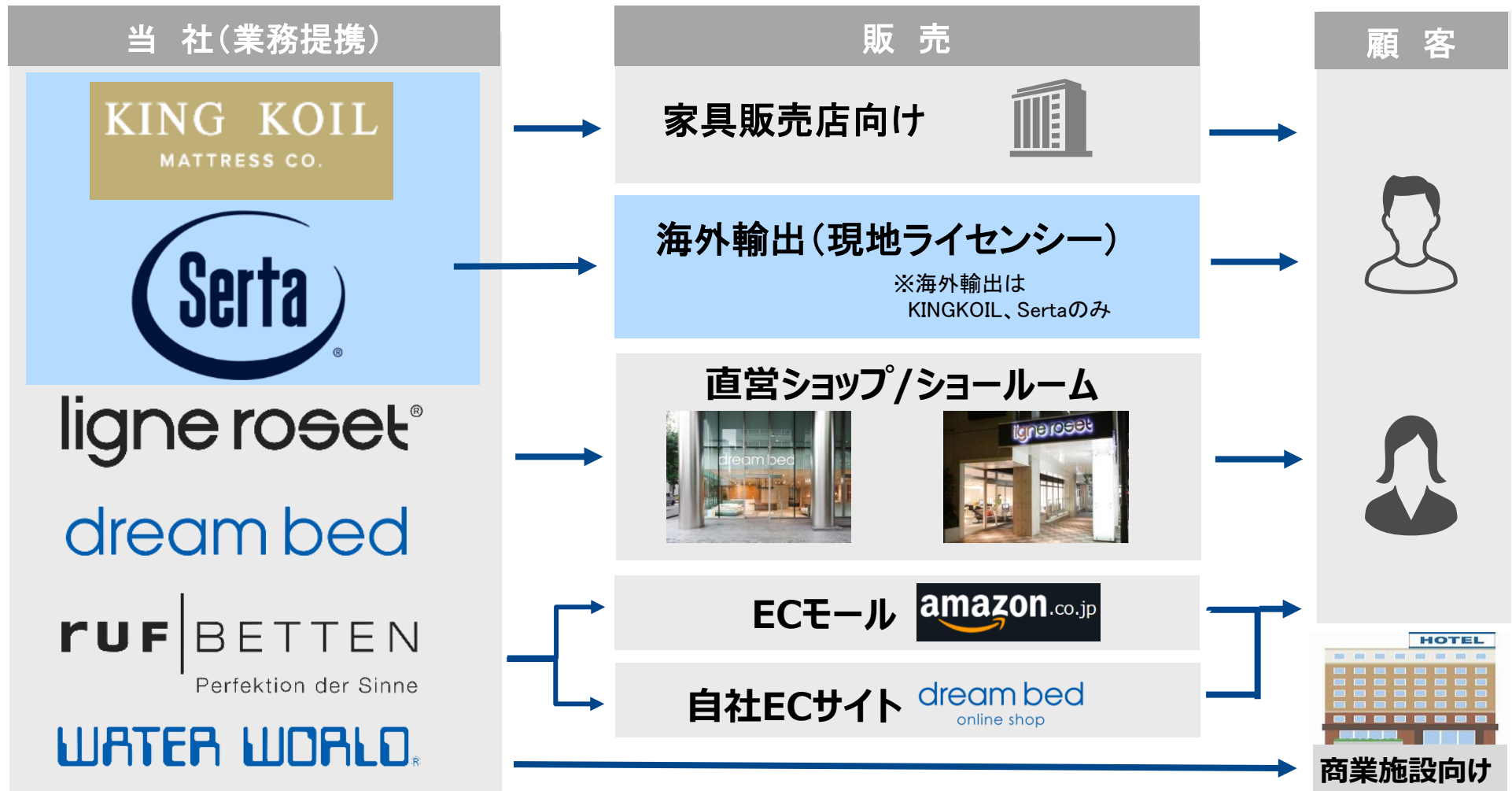
- ・所在地：広島県安芸高田市
- ・工場/倉庫：約3,652m²

あさひ工場

- ・所在地：広島県広島市
- ・工場/倉庫：約 882m²

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

ライセンス契約による生産を日本国内で行い、生活様式や環境に合う高品質の製品を提供



3. エグゼクティブサマリー



3. エグゼクティブサマリー

① 第2四半期の業績概要 ～売上高過去最高、利益上場来最高水準を達成～

- ・好調なインバウンド需要を受けて、新設ホテルや既存ホテル入替などの商業施設向けベッド販売が大幅伸長。
- ・直販ショップ販売のリーン・ロゼ商品が前年に引き続き好調。
- ・ベッドの家具販売店向けは、前期投入の新商品の効果により堅調に推移。

② 成長戦略の進捗 ～新ブランド導入、海外輸出、店舗拡大を着実に実施～

- ・【マルチブランド戦略】約40年ぶりに導入した、米国発の新ブランドKING KOIL（キングコイル）が順調にスタート（12月受注開始）。
- ・【海外輸出】国内販売のみの会社から、国際市場に進出しインドネシア輸出をスタート。今後周辺諸国への拡販を目指す。
- ・【販売チャネル強化】東京ショールームを増床し法人営業強化、リーン・ロゼ新宿リニューアル増床などにより販路を拡大。

③ 通期業績予想 ～増収増益の通期業績予想達成を目指す～

- ・商業施設（ホテル）向けの案件増、リーン・ロゼの好調、新ブランド販売開始、海外輸出の拡販などにより、引き続き売上高は順調に推移するものと見込む。
- ・利益面では、上期費用抑制分の期ずれや、新ブランド拡販販促費用、修繕費用などが下期に集中するため、通期業績予想は据え置き（当期純利益対前期比6%増）。

4. 第2四半期の業績概要



4. 第2四半期の業績概要

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

- ・売上高は主要販売経路とも伸長し5,620百万円となり、中間期としては過去最高を更新。
- ・各利益も売上増による粗利益の増加と、経費の増加抑制により上場後の最高益。

損益計算書

	25/3月期 中間期	26/3月期 中間期	(百万円)	
			増減額	増減率
売上高	5,379	5,620	240	4.5%
売上総利益	2,859	2,958	99	3.5%
営業利益	290	347	57	19.6%
経常利益	278	332	54	19.3%
中間純利益	185	221	36	19.3%
売上高総利益率	53.1%	52.6%	-0.5%	
売上高営業利益率	5.4%	6.2%	0.8%	
売上高経常利益率	5.2%	5.9%	0.7%	
売上高純利益率	3.5%	3.9%	0.4%	

4. 第2四半期の業績概要

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

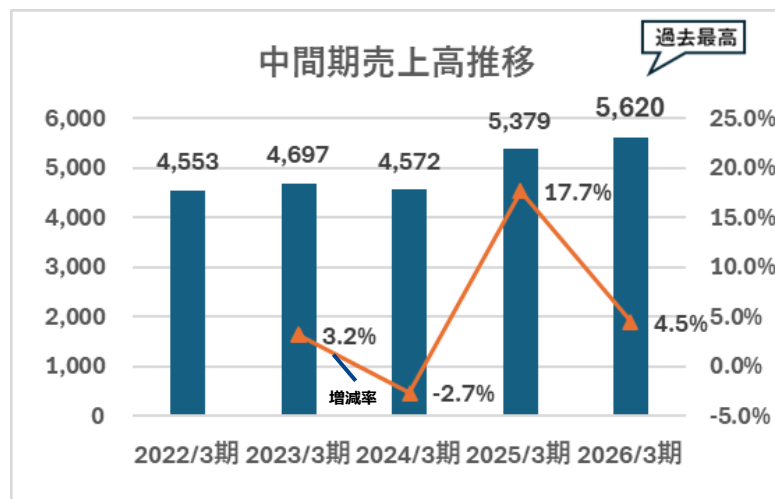
中計進捗

損益計算書

	25/3月期 中間期	26/3月期 中間期	増減額	増減率
売上高	5,379	5,620	240	4.5%
売上総利益	2,859	2,958	99	3.5%
営業利益	290	347	57	19.6%
経常利益	278	332	54	19.3%
中間純利益	185	221	36	19.3%

販売経路別売上状況

	25/3月期 中間期	26/3月期 中間期	増減額	増減率
家具販売店向け	4,055	4,059	3	0.1%
商業施設向け	536	656	120	22.4%
ショップ°/ショールーム	728	816	88	12.1%
その他	59	87	28	47.8%
合計	5,379	5,620	240	4.5%



主な増減要因

家具販売店の集客状況が苦戦するなか、ベッドについては、サータ、ドリームベッドブランドの新商品投入やラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画を展開。リーン・ロゼについては、ソファを中心に販売が堅調に推移

インバウンドの増加により、ホテル業界の稼働率は高水準で推移、ホテル新設に加え、入替需要により好調な受注状況が継続

ショップにおいては、リーンロゼデザイナー企画の実施等でソファを中心に販売が好調
ショールームにおいても法人誘致を積極的に展開

海外輸出の取扱開始(2025年8月～)も寄与

4. 第2四半期の業績概要

2Q業績
概要

業績予想
差異

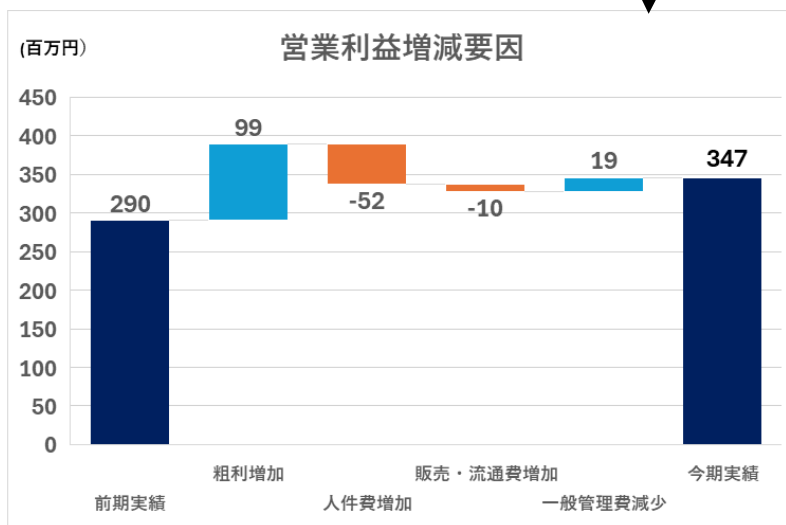
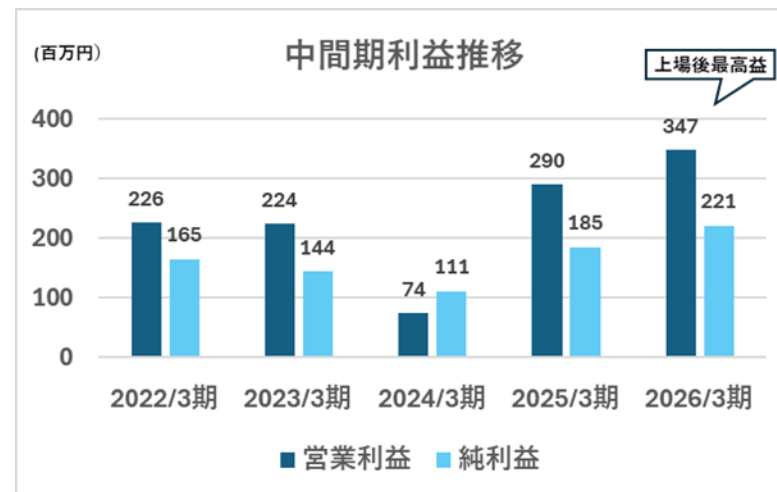
上期
取組み

下期
取組み

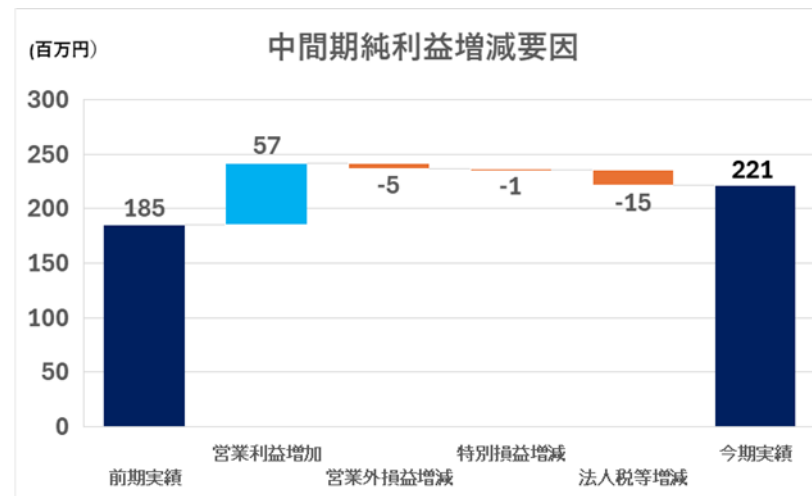
中計進捗

損益計算書

	25/3月期 中間期	26/3月期 中間期	増減額	増減率
売上高	5,379	5,620	240	4.5%
売上総利益	2,859	2,958	99	3.5%
営業利益	290	347	57	19.6%
経常利益	278	332	54	19.3%
中間純利益	185	221	36	19.3%



粗利益の増加により人件費、販売・流通費の増加を吸収し、一般管理費の抑制により営業利益は前年比+57百万円（増加率+19.6%）



営業外損益の減少(△5)、法人税等の増加(15)はあったが、中間期純利益は前年比+36百万円（増加率+19.3%）

4. 第2四半期の業績概要

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

貸借対照表

(百万円)				(百万円)			
資産の部	25/3月末	26/3月期中間期	増減	負債・純資産の部	25/3月末	26/3月期中間期	増減
現金及び現金同等物	797	732	△ 65	営業債務	760	748	△ 12
営業債権	2,325	2,040	△ 285	有利子負債	2,297	2,321	24
棚卸資産	1,173	1,318	145	その他	1,644	1,147	△ 497
その他	161	109	△ 52	流動負債合計	4,701	4,216	△ 485
流動資産合計	4,456	4,200	△ 256	有利子負債	1,607	1,806	199
有形固定資産	6,210	6,122	△ 88	その他	451	454	3
無形固定資産	88	286	198	固定負債合計	2,058	2,260	202
投資その他資産	513	564	51	負債合計	6,759	6,477	△ 282
固定資産合計	6,811	6,973	162	純資産合計	4,508	4,696	188
資産合計	11,267	11,173	△ 94	負債・純資産合計	11,267	11,173	△ 94
				自己資本比率	40.0%	42.0%	2.0%

資産の部 無形固定資産(ソフトウェア仮勘定)の増加(+198)はあったが、流動資産の減少(現預金、受取勘定)により、資産の部は94百万円減少し11,173百万円。

負債の部 システム投資に充てた長期借入金の増加はあったが、その他流動負債(未払金)の減少により、負債の部は282百万円減少し6,477百万円。

純資産の部 利益の積上げにより188百万円増加し4,696百万円。 この結果、自己資本比率は2.0%向上し42.0%。

4. 第2四半期の業績概要

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

キャッシュフロー計算書

(百万円)

	25/3月期 中間期	26/3月期 中間期	増減
営業活動によるCF	31	262	231
税引前当期利益	277	330	53
減価償却費	169	183	14
売上債権の増減	264	285	21
仕入債務の増減	△ 278	16	294
棚卸資産の増減	△ 192	△ 145	47
その他	△ 209	△ 407	△ 198
投資活動によるCF	△ 134	△ 480	△ 346
設備投資	△ 131	△ 260	△ 129
その他投融資等	△ 3	△ 220	△ 217
フリーCF	△ 102	△ 218	△ 117

	25/3月期 中間期	26/3月期 中間期	増減
財務活動によるCF	51	153	102
短期借入金	243	24	△ 219
長期借入金	△ 100	200	300
配当他	△ 92	△ 71	21
現金、現金同等物残高			
期首残高		747	
期末残高		682	△ 64

○営業活動によるキャッシュフロー

前年度の仕入債務の減少要因（下請法への対応）が剥落し、前年比+231百万円の262百万円。

○投資活動によるキャッシュフロー

システム投資の他、前年度取得した固定資産の支払等で、前年比△346百万円の△480百万円。

→その結果、フリーキャッシュフローは△218百万円（前年比△117百万円）。

○財務キャッシュフロー

借入金による調達により+153百万円とした結果、期末現預金は期初比△64百万円の682百万円。

5. 第2四半期業績予想と実績値との差異



5. 第2四半期業績予想と実績値との差異

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

業績予想(2025.5.9発表)と実績値の差異

(百万円・%)

	26/3月期 中間期予想 (1)	26/3月期 中間期実績 (2)	乖離額 (2)-(1)	乖離率 (1)/(2)-1	26/3月期 通期予想(4) (当初予想通り)	中間期 進捗率 (2)/(4)
売上高	5,650	5,620	△ 30	-0.5%	(3.4%) 11,900	47.2%
営業利益	230	347	117	50.9%	(14.3%) 680	51.0%
経常利益	210	332	122	58.1%	(9.8%) 640	51.9%
中間純利益	145	221	76	52.4%	(6.0%) 440	50.2%

(前年同期比)

売上高は、インバウンドの増加による商業施設（ホテル）向けのマットレス受注、並びに当社直営ショップにおけるデザイナー企画によるソファ販売が堅調に推移したことからほぼ予想通り。
一方で、営業利益以下の各利益については、新ブランドKING KOIL（キングコイル）拡販のプロモーション費用や設備修繕費等、当初第2四半期に見込んでいた経費支出が下半期にずれ込んだこと等が利益押し上げ要因となり、第2四半期業績予想と実績値に差異が生じたもの。

通期業績予想

上半期の経費のずれ込みが第3四半期の利益押し下げ要因となるが、引き続き業績は堅調に推移するなか、通期業績は当初予想通りを見込む。



CMをご覧ください

※11月21日の2026年3月期 第2四半期決算説明会でご覧いただけます





CMをご覧ください

※11月21日の2026年3月期 第2四半期決算説明会でご覧いただけます



6. 成長戦略の進捗





中期経営計画のコンセプト

将来の飛躍に向けた基盤固め

中長期の需要増加を確実にとらえるための基盤整備を行う

成長
施策

1

マルチブランド戦略の
強化拡大

2

販売チャネルの
強化拡大

3

生産技術・能力・
機能の拡充

基盤
強化
施策

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

6. 成長戦略の進捗

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

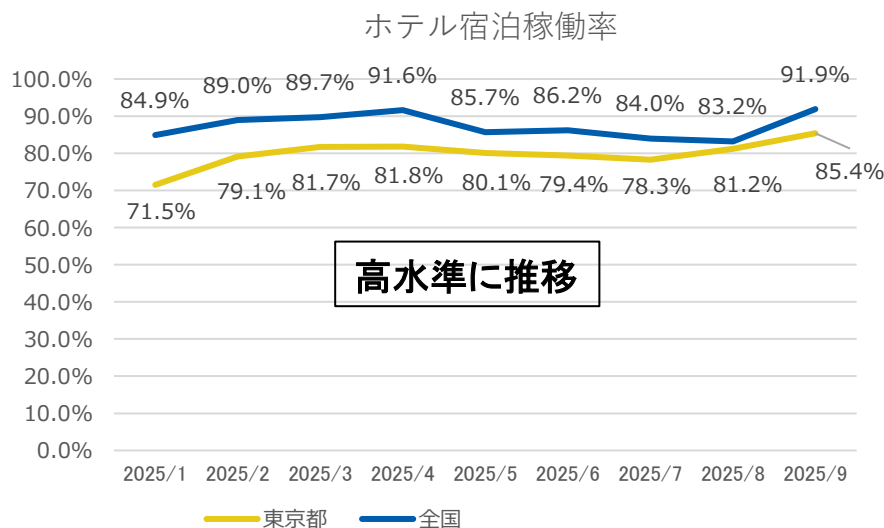
下期
取組み

中計進捗

上期取組み(②販売チャネルの強化拡大)

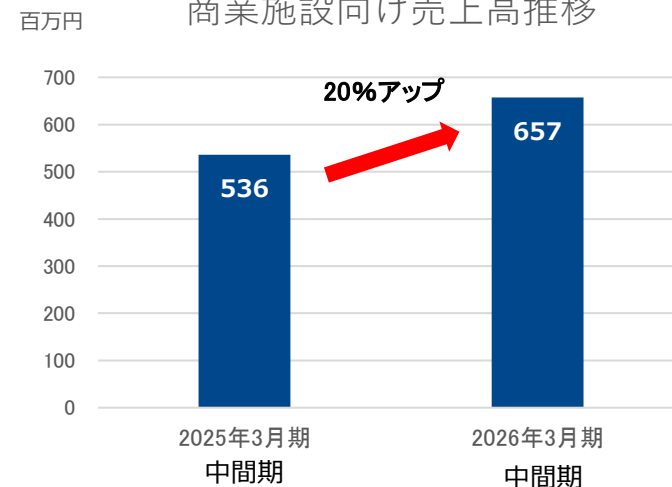
ホテル向け販売では、大口物件もあり堅調

- ・インバウンドの増加によりホテル業界の客室予約単価や宿泊稼働率が伸長し、既存ホテルのリニューアルや、新設ホテルへの投資需要が旺盛。
- ・ホテルからの見積依頼の案件も増加し、売上高状況は前期に引き続き好調（前年比20%増）。第3四半期以降も引き続き好調を維持する見込み。



HOTERES online調べ

商業施設向け売上高推移



シティホテルの稼働率と客室単価(7-9月)



東京商工リサーチ調べ

6. 成長戦略の進捗

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

上期取組み(②販売チャネルの強化拡大)

・ 今期上期の当社納入事例

コートヤード・バイ・マリオット京都四条烏丸 様



エスパシオナゴヤキャッスル 様



6. 成長戦略の進捗

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

上期取組み(①マルチブランド戦略の強化拡大)

The Okura Tokyoとのコラボレーション企画

「スイートルームの寝心地をご自宅で。」をコンセプトに
The Okura Tokyoのスイートルームに導入されている
マットレスと、特別に開発した企画マットレス及び
フレームを販売。

■企画期間

2025年5月～2026年3月末受注分まで



オークラ東京
スイートルームの寝心地をご自宅で

オークラ東京のスイートルームで導入されている
マットレスの上質な寝心地をお買い求めいただけます。



濃い人生は、濃い眠りから。

第2四半期時点で年間計画を上回るペースで順調に推移



サータ
ライトブリーズN ピローソフトC MT
(The Okura Tokyo様
スイートルーム導入モデル)



サータ
ライトブリーズN C BOX-T
(特別企画モデル)



モンシャンランド888
(特別企画モデル)

6. 成長戦略の進捗

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

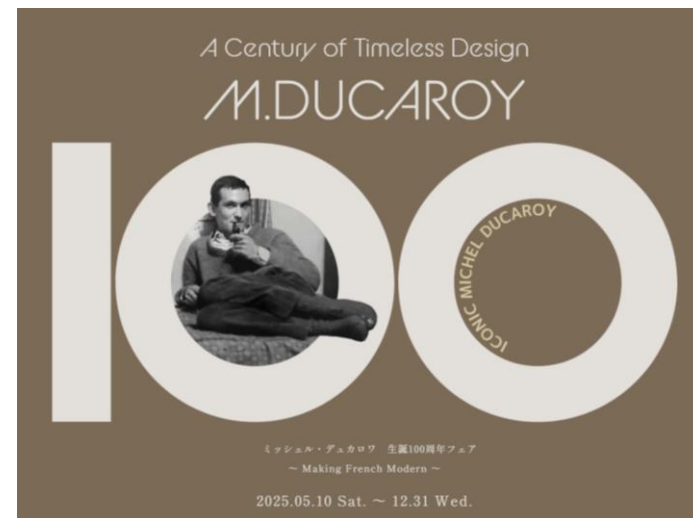
中計進捗

上期取組み(①マルチブランド戦略の強化拡大)

リーン・ロゼ商品が前年に引き続き好調

ミッシェル・デュカロワ生誕100周年フェア

- ・現在当社において販売が好調な主力商品ROSETTogo（ロゼトーゴ）をデザインしたMICHEL DUCARROY（ミッシェル・デュカロワ）氏の生誕100年を記念したフェアを実施中。5月のキャンペーン開始以来販売好調。



ジャパンフィットモデル「ROSETMATOI」

- ・日本を代表するデザインオフィスであるnendoが手掛けたダイニングコレクションで、「衣を纏い佇んだような姿」から名付けられた。
- ・テーブルは3枚の面の重なりが柔らかく織りなし、シンプルな見た目ながら立体感を演出。
- ・チェアは全体をファブリックカバーで覆い、3枚のパーツをずらしながら重ねた仕上げに。
- ・直販ショップで販売展開し、今後更なるジャパンフィットモデルの拡販を検討中。



上期取組み(②販売チャネルの強化拡大)

海外輸出を本格的にスタート

- ・インドネシアの有力な家具製造販売パートナーに、日本製サータブランドマットレスを輸出。インドネシア国内の百貨店や直営ショップで販売。
「メイドインジャパン」のラベルを付し、高品質かつブランド力を訴求。
- ・10月7日ジャカルタで「ジャパンエクスクルーシブコレクション」として大々的に製品発表会を開催。多くのマスコミやインフルエンサーが参加して話題となる。
- ・今後も更なるアジア市場への拡大を目指していく。



インドネシア輸出マットレスのブランドタグ



「ジャパンエクスクルーシブコレクション」製品発表会の様子

下期取組み(①マルチブランド戦略の強化拡大)

当社約40年ぶりの新ブランド「KING KOIL(キングコイル)」の販売スタート

- ・1898年米国発、世界80か国で展開するラグジュアリーベッドブランド。アジアの主要国にも進出し、世界的な高級ホテルチェーンへの納入ブランドとして認知されている。
- ・「Nature & Wellness」をコンセプトに、肌に優しい天然素材(キャメル毛や天然ゴム)やウエルネス(機能)素材(官能性、通気性、高感触のウレタン)を使い、革新的な寝心地を実現。形状と巻数を最適化した新開発のゴールドポケットコイルを採用。
- ・2025年12月より受注開始。



下期取組み(①マルチブランド戦略の強化拡大)

サータマットレス「ライトブリーズシリーズ」をフルモデルチェンジ

サータマットレス基幹モデル「ライトブリーズ」シリーズをフルモデルチェンジし、「ライトブリーズプロ」を販売。

■特徴

- ・詰め物には、低反発を更に進化させた【ブレスフォートPro】を採用 →
- ・温度依存性が少なく、温度変化に強い低反発素材
- ・圧倒的な通気性
- ・初期タッチの柔らかさUP
- ・ライトブリーズPRO7.7はファスナー仕様でトッパーの着脱が可能なため、気軽にローテーションが可能

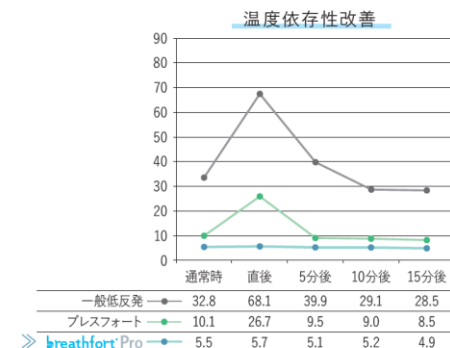
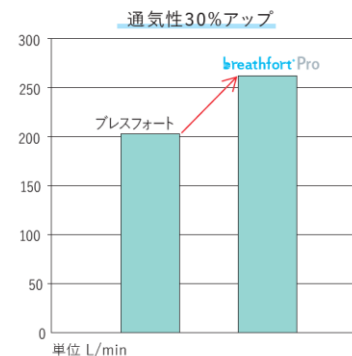


ウレタンフォーム「ブレスフォートPro」

進化した低反発素材

breathfort® Pro

■発売時期 ・ 2026年1月より販売開始予定



※2℃×3時間入庫後、取り出し直後に測定。及び、試験室内(室温23℃)に放置し5分、10分、15分ごとに測定【単位:N(ニュートン)】

※ breathfort®はイノアックコーポレーションの登録商標です。
※ 上記は素材比較のグラフとなります。

下期取組み(①マルチブランド戦略の強化拡大)

リーン・ロゼとドリームベッドの提携45周年を記念



■テキスタイルデザイナー「Keiko NISHIYAMA【西山景子】」 とのコラボ限定生地を開発し、ブリガンタンの記念モデルを発表

- ・西山氏は花柄を中心に、デジタルと手描きの要素を組み合わせることで、モダンとレトロの両面を表現し、斬新さの中にもどこか懐かしさを感じさせる、新しいデザインスタイルを提案。
- ・このたびソファの生地に広島とフランスの要素を取り入れ、広島で原爆に耐え抜いたキョウチクトウと、フランスを象徴する八車菊を組み合わせでデザイン。
- ・2026年4月より受注開始予定。



西山景子（にしやま けいこ）氏



ブリガンタン45周年記念モデル



6. 成長戦略の進捗

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

下期取組み(②販売チャネルの強化拡大)

リーン・ロゼ新宿リニューアル/東京ショールーム増床

リーン・ロゼ新宿リニューアル、71.4坪→118坪

- ・ロゼショップの中でも販売効率の高い新宿店を更なる強化のため、増床リニューアル。
- ・リーン・ロゼショップ国内最大級の売り場面積となり、展示商品の拡充により、顧客ニーズに適した商品の提案が可能。購入単価アップによる売上増を図る。

2025年11月1日（土）にリニューアルオープン



リーン・ロゼ新宿



東京ショールーム増床、275坪→334坪

- ・1Fメインコーナーに新ブランド「KING KOIL」スペース新設。
 - ・B1フロアに増床し、B to Bの法人営業フロアとして新設。
- 成長する商業施設向けスペースと、新規強化するリーン・ロゼ法人営業スペースを設置し、更なる販売促進を図る。

2025年11月15日（土）にリニューアルオープン



東京ショールーム



6. 成長戦略の進捗

2Q業績
概要

業績予想
差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

下期取組み(②販売チャネルの強化拡大)

海外輸出先のさらなる拡大

上期スタートしたインドネシアのサータライセンスへの輸出を皮切りに、さらに
アジア市場への拡大を検討中。

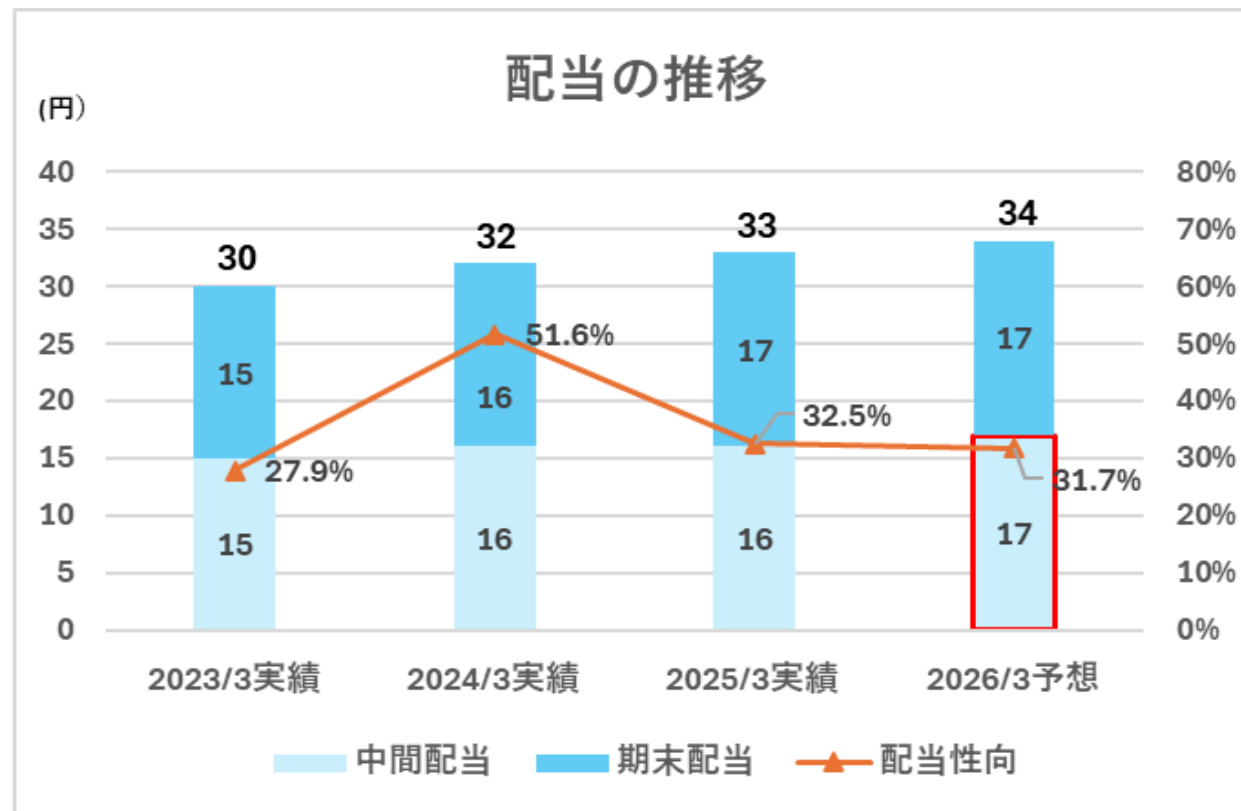


7. 中間配当



7. 中間配当

利益配分につきまして、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続し実施していくことを基本方針としており、2026年3月期の中間配当金は直近の配当予想のとおり、1株あたり17円とすることといたします。



8. 中期経営計画 3 年間の進捗



8. 中期経営計画 3 年間の進捗

2Q業績
概要

予想と
実績差異

上期
取組み

下期
取組み

中計進捗

- ・中期経営計画における各戦略の進捗及び下期計画は下表のとおりで、**中計3年間で確実に実行。**

年度	2024/3期		2025/3期		2026/3期	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期
①マルチブランド戦略						
Serta	・シリウス発表	・スイート第一期	・スイート第二期 ・オンクラウド発表		・ホテルオークラコラボ	・ライトブリーズシリーズ モデルチェンジ
dreambed		・The Dream フルオーダーマットレス		・基幹モデルリニューアル		
ligne roset	・ロゼトーゴ50周年モデル	・ロゼトーゴ TAMESHIGAKI発売	・ロゼプラド10周年モデル ・ロゼカラン30周年モデル		・ジャパンフィットモデル投入 ・デザイナー企画スタート	
新ブランド発掘				・ベッドブランド「キングコイル」 契約締結		・ベッドブランド「キングコイル」 販売スタート
プロモーション戦略		・松重豊氏CM起用 ・ブランド専用配送車導入		・CRM導入		
②販売チャンネル	・EC販売開始 (amazon)	・東京ショールーム、 東京支社開設	・リーン・ロゼ名古屋 オープン	・自社ECサイト開設 ・大阪ショールーム、 リーン・ロゼ大阪リニューアル	・海外輸出開始	・海外輸出先拡大 ・東京ショールーム増床 ・リーンロゼ新宿リニューアル
③生産技術能力機能拡充	・新機械購入	・新工場完全竣工		・搬送自動化装置導入	・新コンフォーターマシン導入	
④⑤財務・投資戦略・ES・ エンゲージメント・サステナビリティ	・株主優待導入		・自己株式の取得	・TUNAGの導入	・株主優待拡充 ・完全週休二日制の導入	

8. 中期経営計画 3 年間の進捗

2Q業績
概要

予想と
実績差異

上期
取組み

下期
取組み

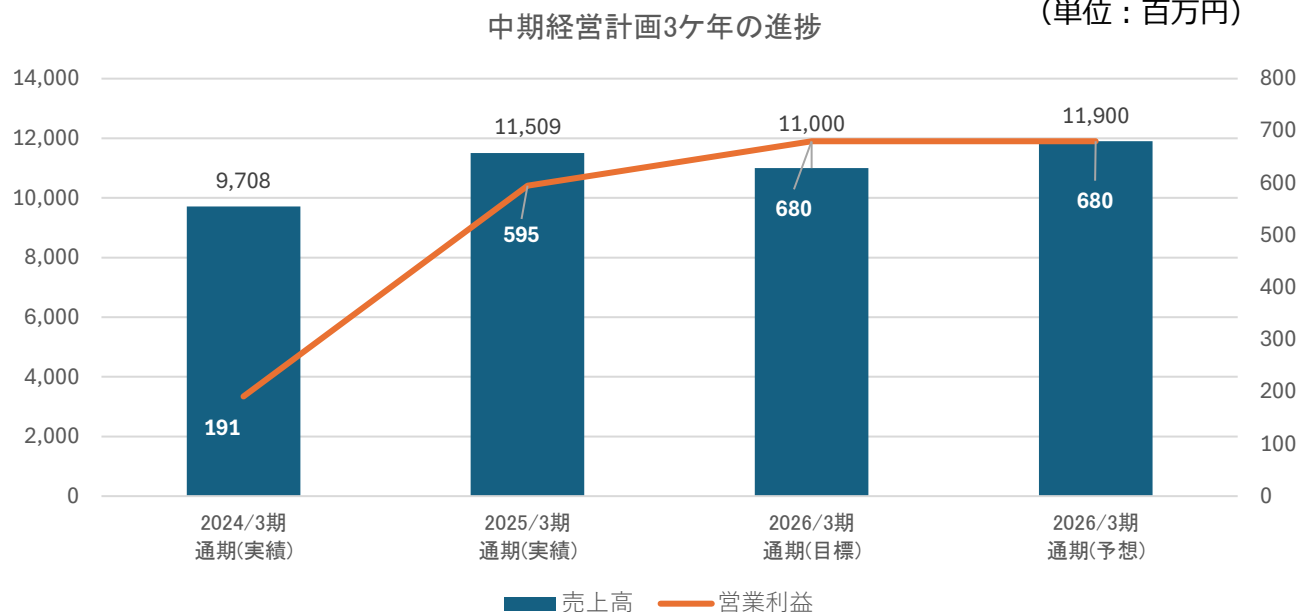
中計進捗

- ・ 前期売上高11,509百万円、営業利益595百万円で、中計3年目の売上目標数値11,000百万円はすでに達成。 **中計最終年は、売上11,900百万円、営業利益680百万円の達成を目指す。**

(単位：百万円)

中期経営計画			
	2024/3期 通期(実績)	2025/3期 通期(実績)	2026/3期 通期(目標)
売上高	9,708	11,509	11,000
営業利益	191	595	680

(単位：百万円)



次期中期経営計画発表



- ・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