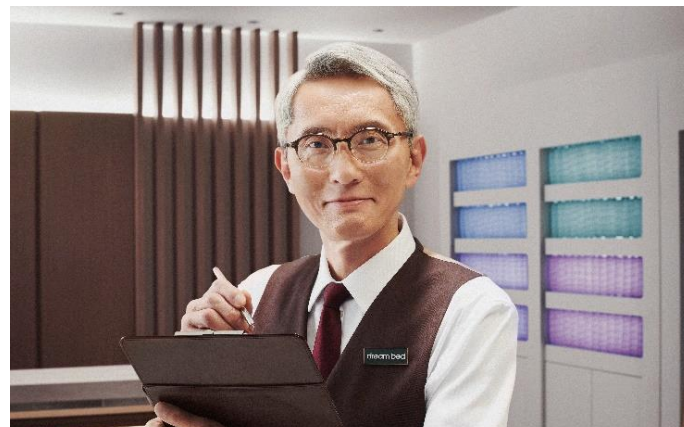
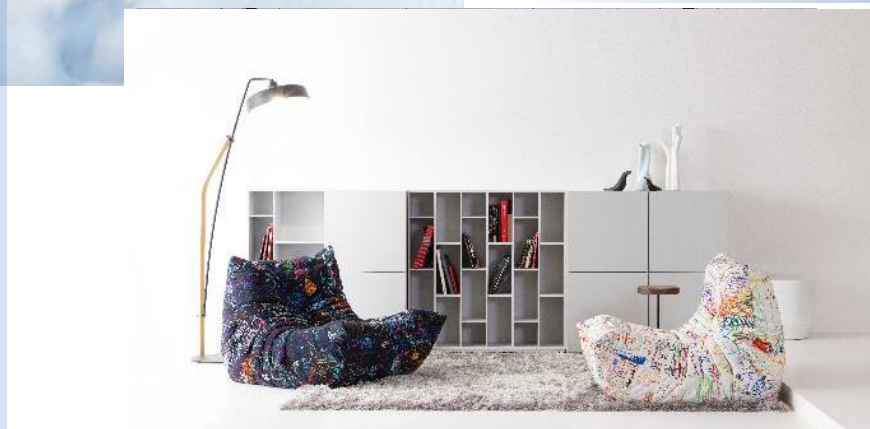




ドリームベッド株式会社(7791)

2025年3月期 通期決算説明資料



2025年6月6日

dream bed



目 次

第一部

- | | |
|------------------------|------|
| 1. 当社概要・強み・エグゼクティブサマリー | P. 2 |
| 2. 2025年3月期 決算概要 | P.10 |

第二部

- | | |
|-----------------------|------|
| 3. 2026年3月期の見通し | P.17 |
| 4. 前期実行の施策 | P.20 |
| 5. 今期実行予定の施策 | P.26 |
| 6. 株主還元・株主優待 | P.35 |
| 7. 資本コストや株価を意識した経営の実現 | P.38 |

第一部

1. 当社概要・強み・エグゼクティブサマリー





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

1950年、創業者 渡辺礼市が戦後の復興のために雑貨製造会社を起業し、後に進駐軍から払い下げられたベッドをヒントに、家具ベッドメーカーとなって、今期で創業75周年を迎えます

広島第一授産所の創設

原爆にて多くの尊い人命を失うと同時に、広島市内の大半が廃墟となった中、創業者渡辺礼市は私財を投げ打ち、帰還兵士、戦傷病者、及び戦災寡婦に対して、働く場と収入の機会を提供すべく、当社前身となる「広島第一授産所」を創設。

進駐軍からの修理依頼

教材や生活用品などの製造を経て、やがて広島、呉、岩国に駐屯していた進駐軍から、ベッドフレームやマットレスの修理依頼が持ち込まれる。

ベッドの修理・販売事業を開始

創業者は将来日本でもベッドが普及するとの将来性に着目し、進駐軍撤退に伴うベッドの払い下げを受け、1950年10月ベッドの修理・販売事業を開始。

当社の強み

ベッドで米国Serta社、インテリアでフランスのligne roset社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ネルで提供できるのが強みです。

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ネルで提供

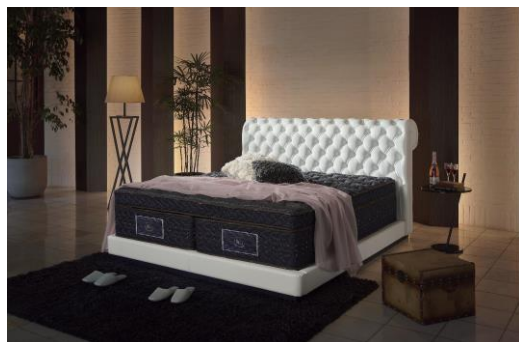


当社の強み ①世界のマルチブランド

アメリカ、フランス、ドイツ、日本の5つのブランドを展開
高い提案力と競争力が強みです

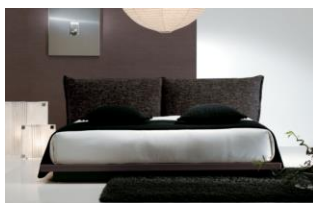


米国で8年連続シェアトップ※
※2011～2018年
出典：ファニチャートウデイ誌2019年6月出版号



dream bed

社名を冠する自社オリジナルのブランド



ruf BETTEN
Perfektion der Sinne

ヨーロッパテイストのデザイナーズ
ベッドブランド



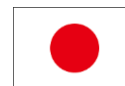
ligne roset®

フランス有数のライフスタイルブランド



WATER WORLD®

日本唯一のウォーター
ベッドブランド



当社の強み ②高い技術力と製造力で企画製造

2023年新八千代第一工場が稼働し、4工場約24千㎡となる 自社生産により高品質と、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6,660㎡
- ・縫製完成棟 : 約9,272㎡



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3,881㎡



八千代第二工場

- ・所在地 : 広島県安芸高田市
- ・工場/倉庫: 約3,652㎡

あさひ工場

- ・所在地 : 広島県広島市
- ・工場/倉庫: 約 882㎡

当社の強み ③卸売から直販まで多様な販売チャネルで提供

メインの家具店向け卸売販売に加え、1)成長著しいホテル向け販売、
2)ブランド構築のための直営店舗やショールーム、3)将来性の高い、ECサイト、など
多様な販路を持つ販売力



①2025年3月期の決算概要(増収増益・過去最高売上)

家具販売店向けにおけるマットレス新商品、およびligne roset(リーン・ロゼ)各商品の売上が引き続き好調であるのに加え、商業施設向け大口案件受注により、各主要販売経路とも伸長し、増収増益とともに売上高過去最高。

②2026年3月期の見通し(引き続き増収増益見込む)

商業施設向け販売の好調継続、店舗展開強化、新ブランド導入、海外輸出への取組みなどにより増収増益見込み。公表値達成見込みで、売上高11,900百万円(中計比900百万円増)、営業利益680百万円達成の見通し。

③前期実施・今期実施予定の施策

中期経営計画達成に向けて過去2ヶ年取り組んできた施策が、現在成果として現出している。今期も新商品導入やラグジュアリーホテルとのコラボ、CRMによる顧客とのリレーション構築を継続するとともに、新ブランドの導入ほかの施策に取り組む。

④株主還元・株主優待・資本コストや株価を意識した経営

2026/3期は配当金1株当たり34円と対前期比1円増配。株主優待の内容を一部変更し拡充。中期経営計画の確実な達成と自己株式の取得検討により、企業価値・株価向上を目指す。

2. 2025年3月期 決算概要



2. 2025年3月期 決算概要

業績は順調に推移し、売上高は各主要販売経路とも伸長し、過去最高を計上。
加えて、売上高総利益率の改善や経費の抑制と相まって、各利益とも大幅に伸長。

損益計算書

	(百万円)			
	24/3月期	25/3月期	増減	増減率
売上高	9,708	11,509	1,801	18.5%
売上総利益	4,967	6,000	1,033	20.8%
営業利益	191	595	404	211.2%
経常利益	307	583	276	89.8%
純利益	254	415	161	62.8%
EBITDA	528	944	416	78.8%
売上高総利益率	51.1%	52.1%	1.0%	
売上高営業利益率	2.0%	5.2%	3.2%	
ROE(自己資本利益率)	6.2%	9.5%	3.3%	
ROA(総資産経常利益率)	3.0%	5.3%	2.3%	

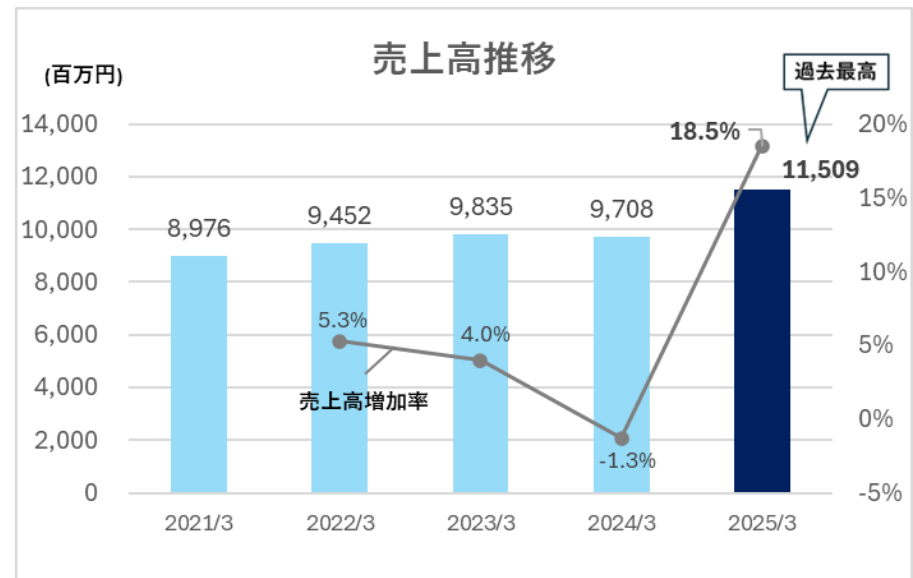
2. 2025年3月期 決算概要 〜売上高推移と販路別売上の状況〜

損益計算書

	24/3月期	25/3月期	(百万円) 増減
売上高	9,708	11,509	1,801
売上総利益	4,967	6,000	1,033
営業利益	191	595	404
経常利益	307	583	276
純利益	254	415	161

販売経路別売上増減状況

	24/3月期	25/3月期	増減
家具販売店向け	7,203	8,142	939
商業施設向け	801	1,472	671
ショップ / ショールーム	1,317	1,503	186
ハウスメーカー向け	271	280	9
その他	116	112	△ 4
合計			1,801



主な増減要因

マットレス新商品(サータブランドのスイートシリーズ/アリウム/シリウス、ドリームベットブランドのピュアドリーム)の販売増加に加え、ラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画が前期を上回り、更にはligne roset(リーン・ロゼ)各商品の販売も引き続き好調

ホテル業界の宿泊稼働率がコロナ禍前まで改善し、マットレスのリニューアルや新規案件への投資需要が旺盛で、足元の受注状況の増加に加え大口案件の獲得も奏功

引続き主力商品であるROSETTogo(ロゼトーゴ)の販売好調とともに、周年記念キャンペーンも奏功、また名古屋ショールームのリニューアルとリーン・ロゼ名古屋の新設も寄与し、受注が大幅に増加

ハウスメーカーによる催事は前期並みであり売上げは微増

その他売上(ベッド製造メーカー向けOEM商品の販売等)は微減

2. 2025年3月期 決算概要 ~売上総利益&営業利益の増減要因~

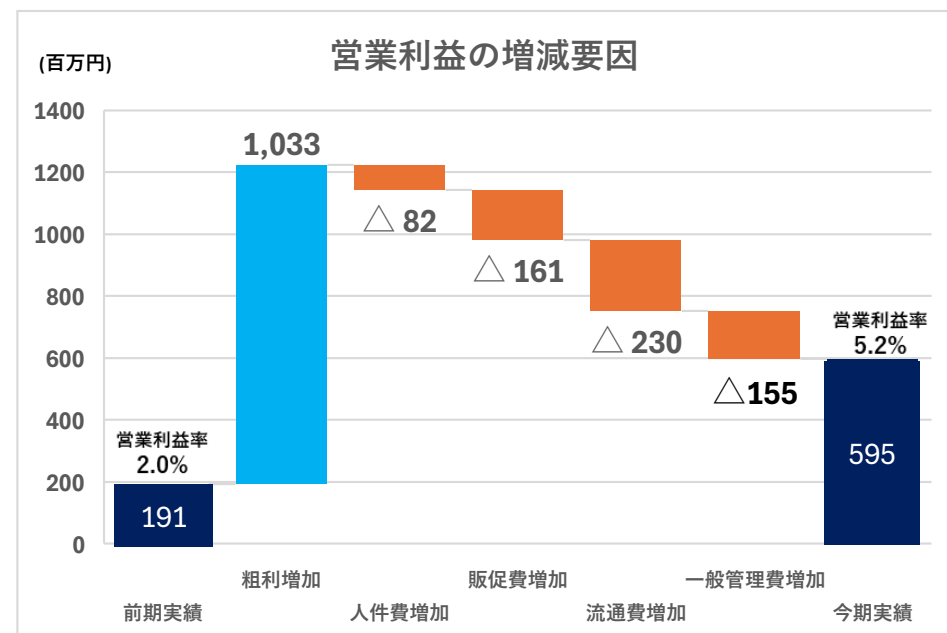
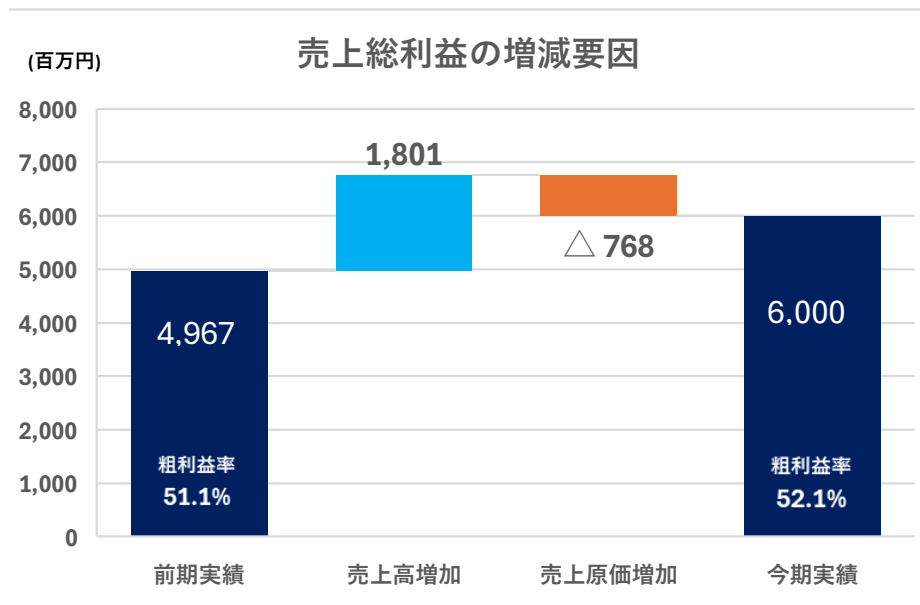
損益計算書	(百万円)		
	24/3月期	25/3月期	増減
売上高	9,708	11,509	1,801
売上総利益	4,967	6,000	1,033
営業利益	191	595	404
経常利益	307	583	276
純利益	254	415	161

売上総利益

原材料費の上昇や為替（円安）要因はあったものの、高粗利商品の拡販、生産性の向上等が奏功し、売上総利益は6,000百万円（前期比+1,033百万円、+20.8%）と大幅に増加し、売上高総利益率も向上

営業利益

売上総利益の増加で、人的資本投資や売上増加に伴う販売促進費、流通費等の増加を十分カバーし、営業利益は595百万円（前期比+404百万円、+211.2%）と大幅に増加



2. 2025年3月期 決算概要 ~経常利益&純利益の増減要因~

損益計算書

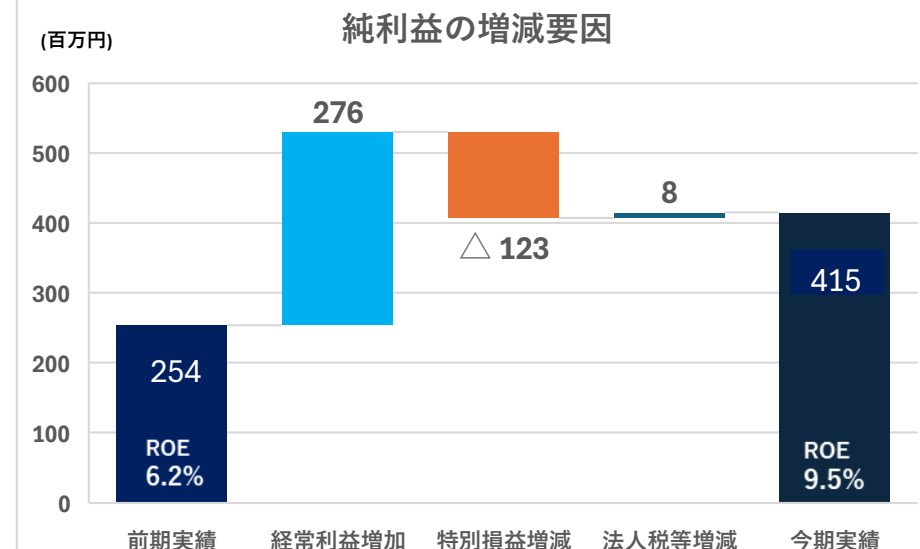
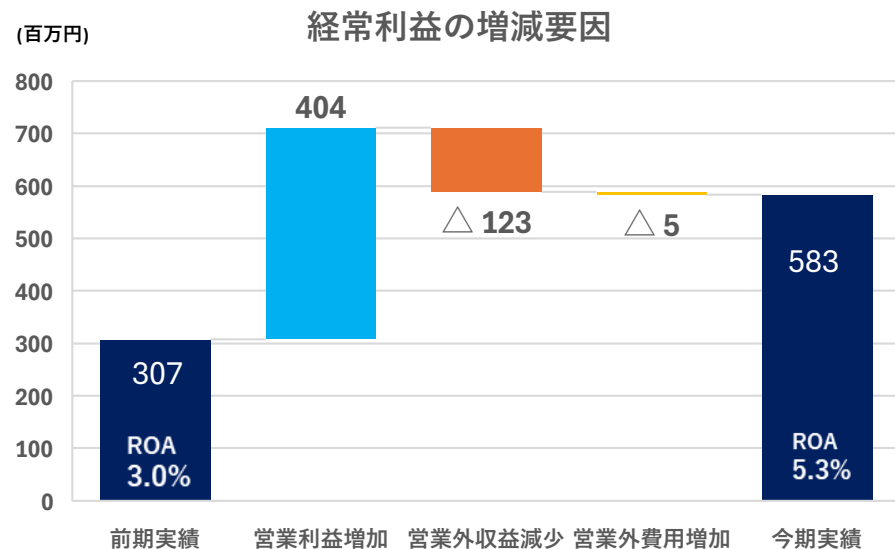
	24/3月期	25/3月期	(百万円) 増減
売上高	9,708	11,509	1,801
売上総利益	4,967	6,000	1,033
営業利益	191	595	404
経常利益	307	583	276
純利益	254	415	161

経常利益

営業利益の増加を主因に、昨年度特殊要因（営業外収益に保険解約返戻金108百万円計上）があったものの、経常利益は583百万円（前年比+276百万円、+89.8%）と大幅に増加

当期純利益

経常利益の増加を主因に、昨年度特殊要因（特別利益に助成金収入200百万円計上）があったものの当期純利益は、415百万円（前年比+161百万円、+62.8%）と大幅に増加



2. 2025年3月期 決算概要

貸借対照表

				(百万円)			
資産の部	24/3月末	25/3月末	増減	負債・純資産の部	24/3月末	25/3月末	増減
現金及び現金同等物	706	797	91	営業債務	956	760	*1 △ 196
営業債権	2,144	2,325	181	有利子負債	1,996	2,297	301
棚卸資産	1,034	1,173	139	その他	1,283	1,644	361
その他	180	161	△79	流動負債合計	4,232	4,701	469
流動資産合計	4,064	4,456	392	有利子負債	1,808	1,607	△ 201
有形固定資産	6,186	6,210	24	その他	508	454	△ 54
無形固定資産	36	88	52	固定負債合計	2,308	2,058	△ 250
投資その他資産	475	513	38	負債合計	6,540	6,759	219
固定資産合計	6,697	6,811	114	純資産合計	4,221	4,508	287
資産合計	10,761	11,267	506	負債・純資産合計	10,761	11,267	506
資産の部は、売上増加に伴う流動資産（営業債権、棚卸資産）の増加を主因とし、506百万円増加し、11,267百万円 負債の部は、運転資金の増加に伴う短期借入金の増加等を主因とし、219百万円増加し、6,759百万円 純資産は利益の積上げにより287百万円増加し、4,508百万円 自己資本比率は、0.8%向上し、40.0%				自己資本比率	39.2%	40.0%	0.8%
				ネット有利子負債 *2	3,098	3,107	9
				ROE *3	6.2%	9.5%	3.3%

*1：下請法への対応に伴う支払手形のサイト短縮により営業債務減少

*2：有利子負債－現金及び現金同等物 *3：純利益/自己資本(2期平均)

2. 2025年3月期 決算概要

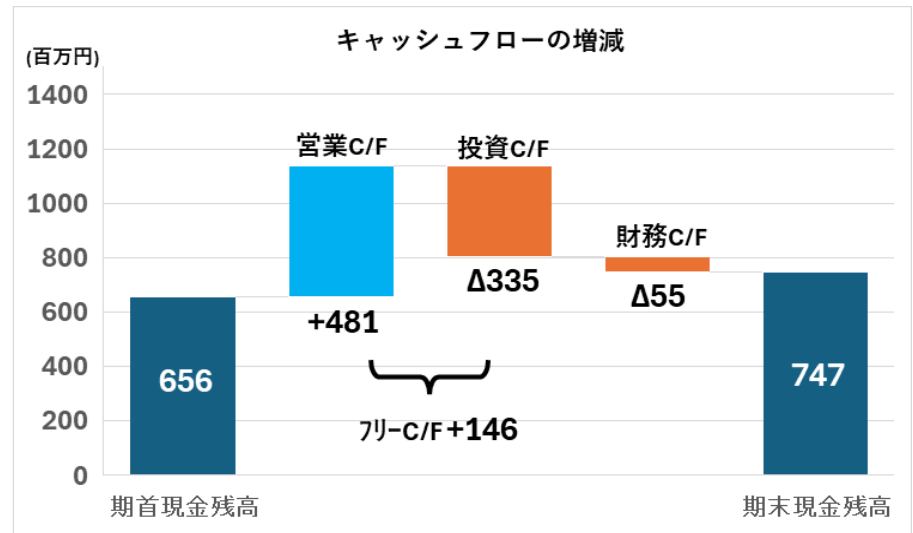
キャッシュフロー計算書

	24/3月期	25/3月期	増減
営業活動によるCF	1,080	481	△ 599
税引前当期利益	421	573	152
減価償却費	337	349	12
売上債権の増減	80	△ 181	△ 261
仕入債務の増減	△ 176	△ 165	11
棚卸資産の増減	△ 13	△ 138	△ 125
その他	431	38	△ 393
投資活動によるCF	△ 1,468	△ 335	1,133
設備投資	△ 1,356	△ 272	1,084
その他投融資等	△ 112	△ 63	49
フリーキャッシュフロー	△ 388	146	534

フリーキャッシュフローは、運転資金の増加要因はあったが、八千代工場の新規設備投資が終了したことから、前期比534百万円増加し146百万円

(百万円)

	24/3月末	25/3月末	増減
財務活動によるCF	552	△ 55	△ 607
短期借入金	38	303	265
長期借入金	660	△ 200	△ 860
配当他	△ 146	△ 158	△ 12
現金、現金同等物期末残高	656	747	91



第二部

3. 2026年3月期の見通し



3. 2026年3月期の見通し

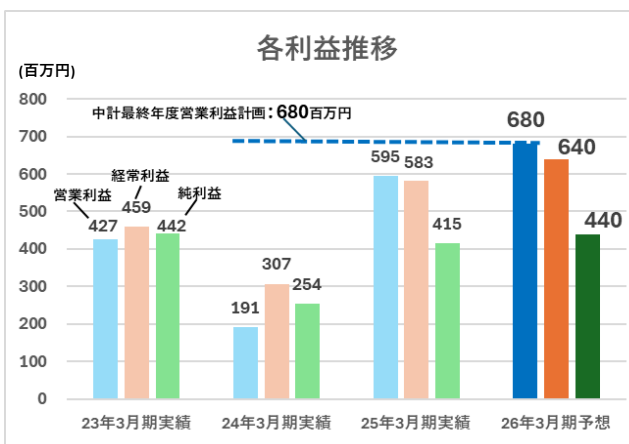
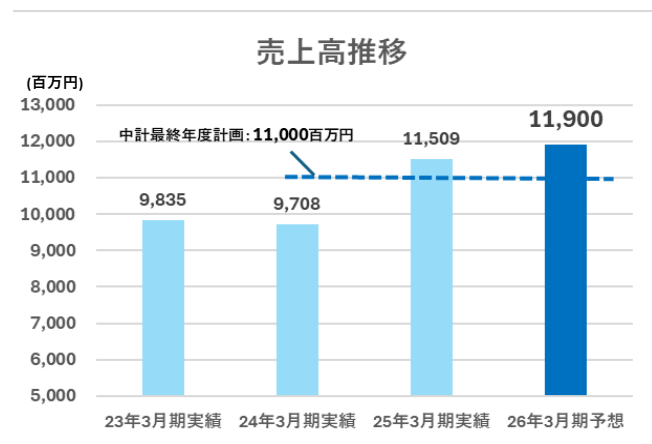
本年度は、中期経営計画の最終年度として目標数値の着実な達成を目指す。

好調な前年度施策を継続しつつ、新ブランド展開、海外輸出、店舗の強化等に、積極的に取り組むことにより成果につなげる。

売上高については、既に中計の目標値を達成済であるがさらなる900百万円の伸長を見込む。

また利益については原材料高や為替の影響を、国内生産国内販売のメリットを活かして抑制し、営業利益680百万円の達成見込み。

	25/3月期 実績	26/3月期予想	うち中間期	年間 増減額	年間 増減率	(百万円) 中計 計画値
売上高	11,509	11,900	5,650	391	3.4%	11,000
家具販売店向け	8,422	8,630	4,180	208	2.5%	
商業施設向け	1,472	1,530	600	58	3.9%	
ショップ [※] /ショールーム	1,503	1,600	800	97	6.5%	
その他	112	140	70	28	25.0%	
営業利益	595	680	230	85	14.3%	680
経常利益	583	640	210	57	9.8%	
純利益	415	440	145	25	6.0%	



注) ハウスメーカー向けの売上高は
家具販売店向けに含めております。

3. 中期経営計画の進捗

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	・ 新モデル投入
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		・ ロゼブラド10周年モデル		・ ジャパン専用モデル投入	
		・ ロゼトーゴ TAMESHIGAKI	・ ロゼカラン30周年モデル			
新ブランド発掘						・ ベッド新ブランド導入 ・ インテリア新ブランド検討中
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）			・ 自社ECサイト開設		・ 海外輸出開始予定 ・ 店舗展開の強化
		・ 東京ショールーム、 東京支社開設	・ ligne roset 名古屋ショップ開設	・ 大阪ショールーム、 ligne roset大阪リ 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		
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	・ 完全週休二日制の導入	

4. 前期実行の施策



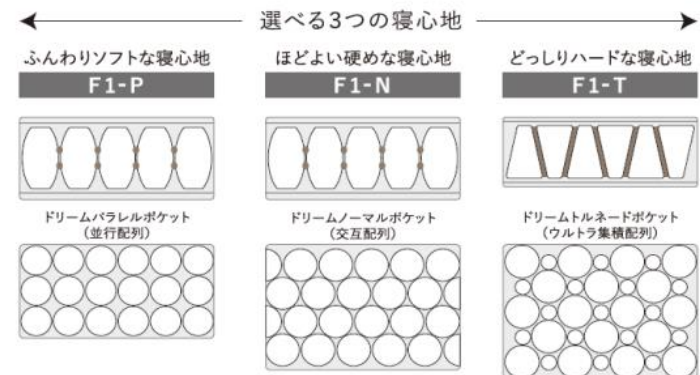
4. ①マルチブランド戦略の強化拡大

ドリームベッドブランド

PureDream(ピュアドリームシリーズ) 創業75周年モデル

- ・わかりやすい、お求めやすい製品をコンセプトに、従来モデルのデザインを刷新、機能が一目でわかるラベルを導入。

選べる3種類の寝心地



・PureDream F1P/F1N/F1T

ドリーミーPNTのデザインリニューアル、
よりシンプルさを追求

・PureDream 6.8

6.8インチ円筒型コイルを搭載したモデル<マイクロ6.8>

マットレスラベルに硬さを表記し、分かりやすさを追求



MADE IN JAPAN
F1-P
SOFT
Parallel
Barrel 5.8
dream bed

PureDreamF1P
黄:リラックスや和らぎの象徴
柔らかさを表現



MADE IN JAPAN
F1-N
MEDIUM
Honeycomb
Barrel 5.8
dream bed

PureDreamF1N
青:ドリームベッドブランドカラー
安定感を象徴し、
普通の硬さを表現



MADE IN JAPAN
F1-T
HARD
Gapless
Tornado 5.8
dream bed

PureDreamF1T
紫:神秘的や威厳の象徴
宝石、鉱石を連想することで
硬いマットレスを表現

4. ①マルチブランド戦略の強化拡大

サータブランド

サータノンコイルマットレス「Serta On a Cloud」

■特長

- ・**二層のウレタンのスリットを組み合わせることで、**
今までにない繊細なゾーニングを実現。
仰向けはもちろん、特に「横向きでの寝やすさ」に着目し、
肩部を柔らかくすることで、圧迫されやすい肩は入り込み
やすく、腰は程よくしっかり支えるような設計。

■開発の背景(コンセプト)

- ・**ノンコイルマットレスのニーズ増加に対応し、**
サータから初のウレタンマットレスが登場。

■顧客層ターゲット

- ・当社商品はこれまで睡眠にこだわる30代後半～60代向け
中心であったが、価格帯を65,000円台～とした商品を
提供し、**新たな顧客層(20代～30代前半)を開拓。**



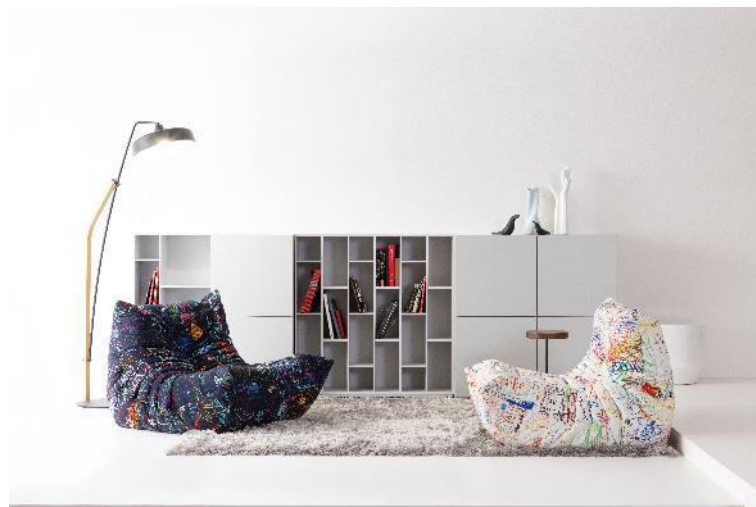
4. ①マルチブランド戦略の強化拡大

リーン・ロゼブランド

ligne roset (リーン・ロゼ) 商品キャンペーン

- ・各商品の発売記念モデルキャンペーンが奏功し、持続的に売上高の増加に寄与。
- ・販売好調のROSETTOGO (右掲) に加え、ROSETCALIN (下左)、ROSETPRADO (下右) もROSETTOGO に次ぐ主力商品として販売が伸長。

ROSETTOGO



ROSETCALIN 30周年



ROSETPRADO 10周年



4. ②販売チャネルの強化拡大

ショールーム/ショップ

名古屋ショールームをリニューアルして、ベッドのショールームとロゼショップを開設
シナジー効果もあり、売上は順調に推移

- ・高集客、高収益が望める名古屋エリアで、現名古屋ショールームの隣に併設して「リーン・ロゼ名古屋」を開設し、売上高は計画を大幅に超過。現ショールームとのシナジー効果も期待。



4. ②販売チャネルの強化拡大

ショールーム/ショップ

大阪のベッドショールームとロゼ直営店を17年ぶりにフルリニューアルオープンし、更なる成長を目指す

コンセプトは

- ①Well-being 癒しに欠かせない眠りの空環
- ②Technology 科学的根拠に基づいた寝心地のご提案
- ③History ブランドストーリーやラボラトリーの解説



前期約2ヶ月クローズして工事、今期はフル稼働で増収効果も期待できる



※画像はイメージ



5. 今期実行予定の施策



5. ①マルチブランド戦略の強化拡大

アメリカ発、世界約80ヶ国で展開する ブランド「KING KOIL」との提携発表

1. キングコイル(King Koil)社について

- ・1898年創業の米国アリゾナ州に本社
- ・世界23のライセンシー、約80ヶ国の販売網を有する。
- ・1996年からアジアの主要国にも進出、世界的な高級ホテルチェーンやリゾート施設との提携を実現、高級ホテルへの納入ブランドとして認知される。



KING KOIL
MATTRESS CO.



創業者サミュエル・ブロンスタイン氏

2. ライセンス契約締結

- ・2024年11月にキングコイル社とライセンス契約締結。
- ・当社にとっては約40年ぶりの海外ブランドライセンス獲得



2024年11月13日 調印式
(右がKingKoil CEO, David Binke 氏)

5. ①マルチブランド戦略の強化拡大

キングコイルブランドのコンセプトとブランド戦略

3. ブランドコンセプト

～Nature & Wellness 天然素材のやさしさと、革新的な寝心地を両立したマットレス～

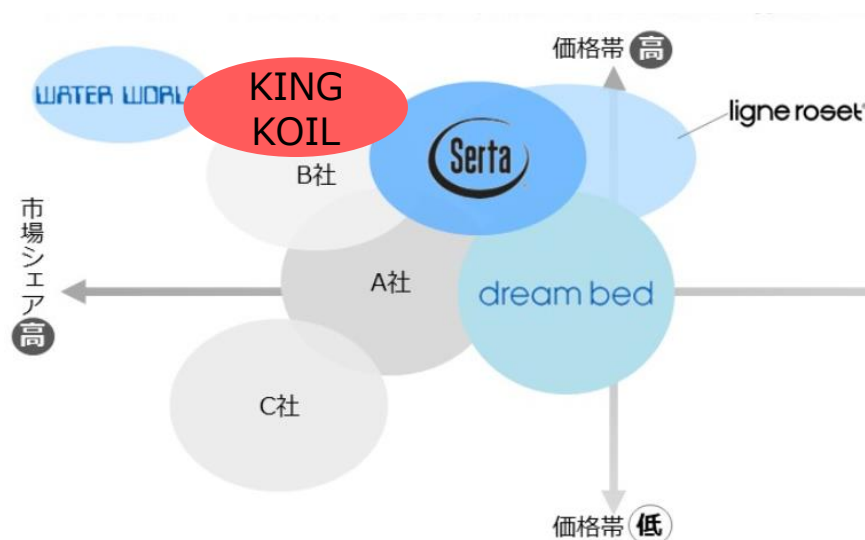
- ・厳選された肌にやさしい天然素材を使用し、やわらかなタッチと優れた吸湿性を実現。
- ・形状と巻数を最適化した新開発のポケットコイルを採用。



KING KOIL
MATTRESS CO.

4. ブランド戦略

- ・サータや競合ブランドと差別化された、天然素材と新開発コイルで、高価格帯顧客層に訴求。
 - ・アジアのホテルでの強みを活かして、ラグジュアリーホテルチェーンのニーズに応じて、サータとキングコイルの両ブランドで訴求し、事業チャンスを増やす。
- 今年度下期販売開始予定



5. ①マルチブランド戦略の強化拡大

キングコイルブランド

東京ショールーム大幅増床予定 1階に新ブランドゾーン、 地下に法人営業向けゾーン新設

- ・新ブランドKINGKOILの販売促進に向けて、
東京ショールームのメインゾーンに新ブランドゾーン設置
- ・地下にスペース増床予定(面積約35%増)で、
好調な商業施設向けや、リーン・ロゼ法人営業向け
の専用ゾーンを設定し、さらなる販売促進を図る。



5. ①マルチブランド戦略の強化拡大

サータブランド

ホテルオークラとのコラボレーション企画

- ・毎年ラグジュアリーホテルにお納めしておりますマットレスを、一般顧客向けにも販売している人気のコラボレーション企画。
- ・このたびはホテルオークラとの企画を今期4月より開始。
- ・当社計画を300%と大幅に超える好調なスタート。



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。



BED FRAME ベッドフレーム

モンジャンランド888

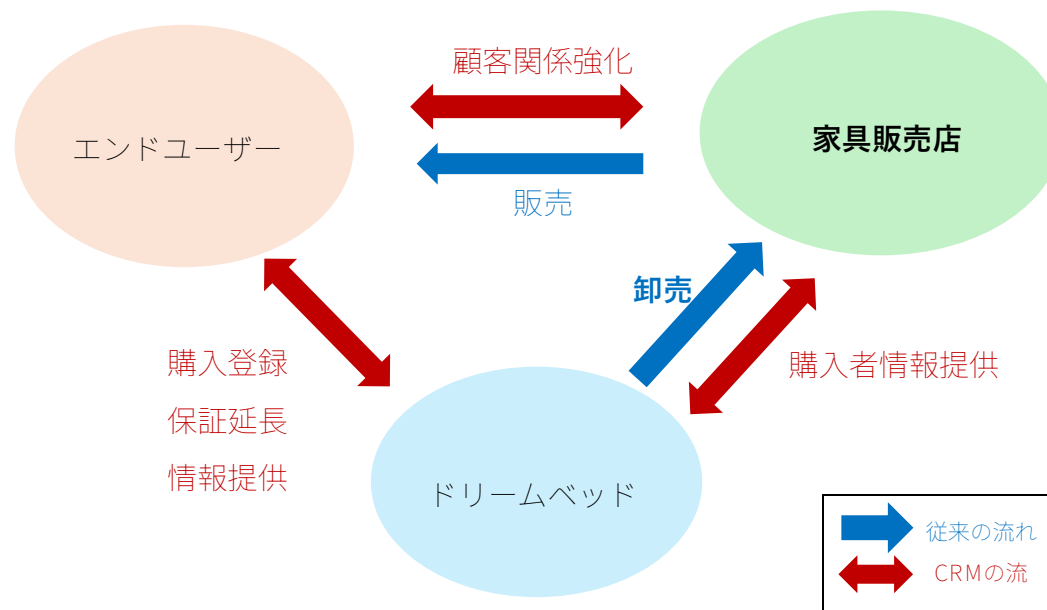
オークラ東京のスイートルームの
ベッドをイメージしたオリジナルモデル
ヘッドボードはPVC仕様で
シンプルなフラットタイプ
(カラーは3色からお選びいただけます)
ボトムは木製ステーションのみで
縫製仕様のためマットレスの高さに応じて
ボトムハイを2段階から変更できます。
本企画専用ベッドフレームです。



5. ①マルチブランド戦略の強化拡大

CRM (Customer Relationship Management)

情報を通じた顧客関係強化による顧客満足度向上や販売促進強化



dream bed

**マットレスご購入者さま
ユーザー登録&アンケート**

この度は当社製品をお求め頂き誠にありがとうございます。
今後の製品開発やサービス向上のため、ユーザー登録とアンケートのご協力をお願いしております。

Webからユーザー登録いただくと
保証期間 1 年延長 となります。

通常保証期間 2 年

+

ユーザー登録
保証期間 1 年延長

※ドリームベッド公式オンラインショップ会員の保証期間 1 年延長特典が適用済みのお客様は対象外となります。

ユーザー登録&アンケートの回答方法

マットレス頭側のタグの左下に印刷されている QR コードを、スマホやタブレットで読み込むと登録フォームが表示されます。

お客様情報とアンケート回答を入力し、送信してください。

タグの位置

※QR コードは (株) デンソーウェーブの登録商標です

5. ①マルチブランド戦略の強化拡大

リーン・ロゼブランド

ジャパンフィットモデル「ROSETMATOI」

- ・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。



ROSETTOGO デニム

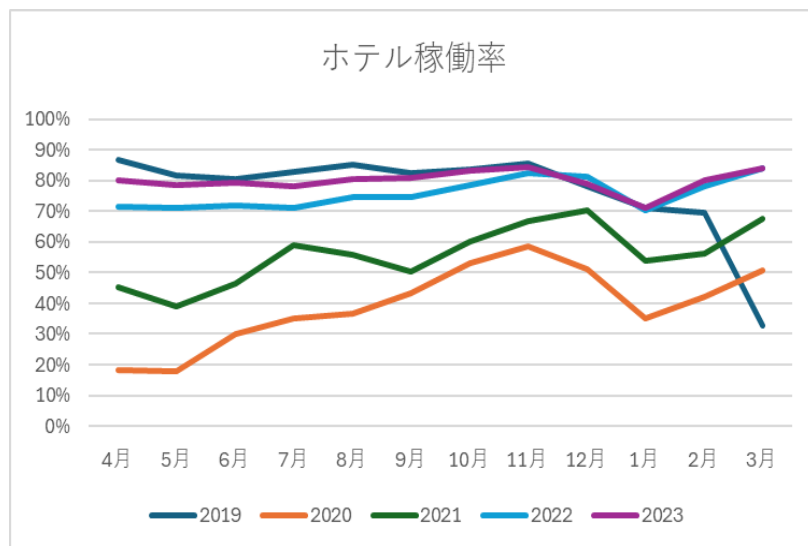
- ・ジーンズの聖地岡山県倉敷市で織られた高級デニムを纏った数量限定モデル(限定100台 2025年7月発売予定)。
- ・熟練の職人が丁寧に織り上げた生地は、唯一無二の風合いを備え、染色の工程で自然に生まれる「アタリ」は一つとして同じものはなく、使い込むほどに味わいの出る商品。



5. ②販売チャネルの強化拡大

商業施設向け販売／大口受注案件例

- ・旺盛なインバウンド需要により、全国ホテル稼働率はコロナ禍後着実に増加。
- ・足元の受注においても、前期同時期案件金額と比して大幅増加（下写真は2025/3期納品実績例）。

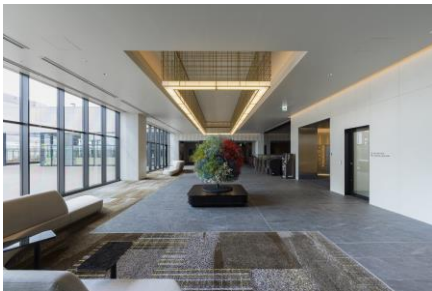


出所：一般社団法人全日本ホテル連盟

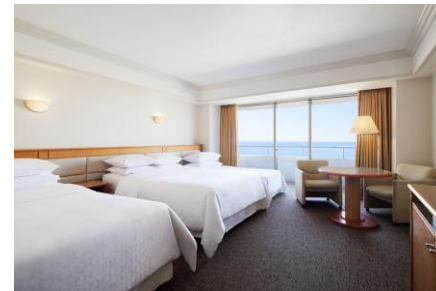
ホテル阪急グランレスパイア大阪



ホテルグランヴィア広島 サウスゲート



シェラトン・グランデ・トーキョーベイ



5. ②販売チャネルの強化拡大

サータブランド

インドネシアへの海外輸出開始

- ・経済成長著しいインドネシアのサータライセンシーへ、OEM供給での輸出。
- ・今後もインドネシアのライセンシーとの連携強化により、同国への輸出拡大を図る。

インドネシア共和国基礎データ

項 目	インドネシア	日 本
面積	190万km ²	36万km ²
人口	約2.8億人	約1.2億人
GDP伸び率	+5.0%	+2.8%
人口伸び率	+0.6%	△0.5%

出所：外務省インドネシア共和国基礎データ

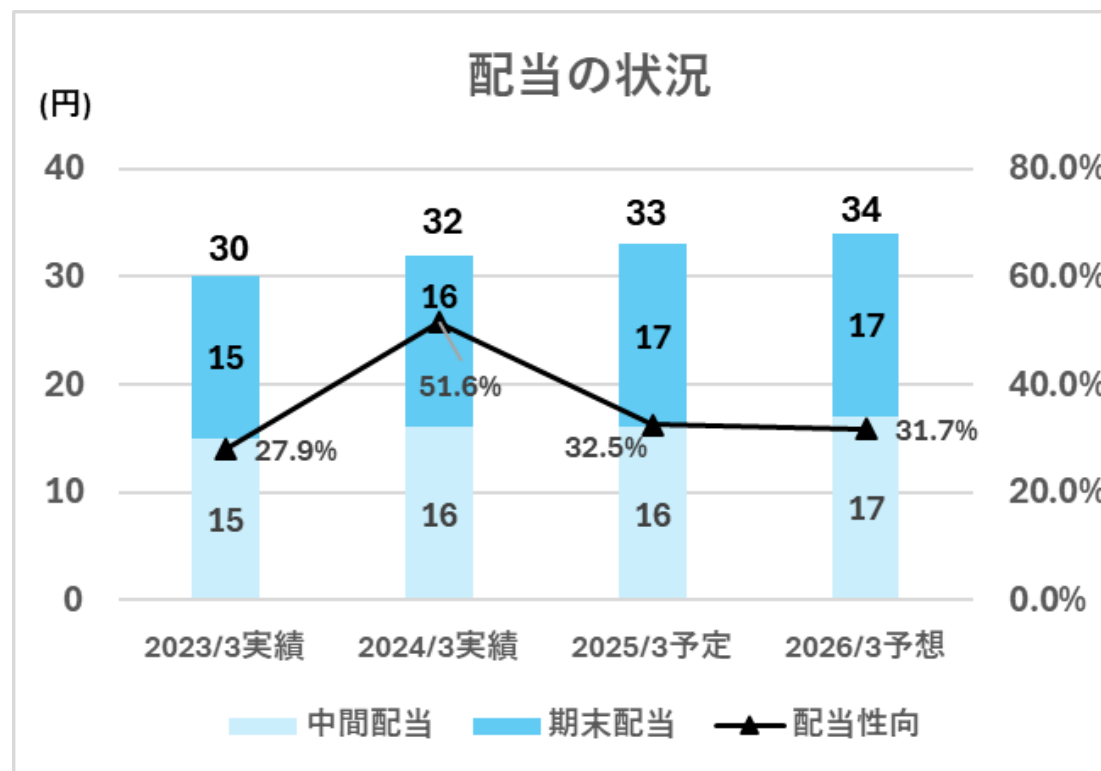


6. 株主還元・株主優待



6. 配当の状況

2025年3月期 期末配当金は、予想通り1株あたり1円増配の17円00銭を予定
これにより、年間の配当額は1株あたり33円00銭となり、配当性向は32.5%を見込む
2026年3月期については、堅調な業績見通しを基に、中間・期末とも1株あたり17円00銭、
年間配当34円00銭(1円増配)を予想



6. 株主優待の一部変更

これまでのサービスに一部変更、新設を加えて充実

- ・対 象： 毎年3月末日の当社株主名簿に記載または記録された1単位(100株)以上
保有の株主様

- ・変更内容：

変更前	一部変更後												
①保有株数、保有年数に応じて、 当社商品を20%～30%割引 <table><tr><th>割引率</th><th colspan="2">保有年数</th></tr><tr><th>保有株式数</th><th>1年未満</th><th>1年以上</th></tr><tr><td>1,000株未満</td><td>20%</td><td>25%</td></tr><tr><td>1,000株以上</td><td>25%</td><td>30%</td></tr></table>	割引率	保有年数		保有株式数	1年未満	1年以上	1,000株未満	20%	25%	1,000株以上	25%	30%	①(一部変更) <u>保有株数、保有年数に関わらず一律に</u> ドリームベッド、サータ商品を30%割引 リーン・ロゼ商品を20%割引
割引率	保有年数												
保有株式数	1年未満	1年以上											
1,000株未満	20%	25%											
1,000株以上	25%	30%											
②ー	②(新設)抽選で20組40名様に、 <u>「三井ガーデンホテル無料宿泊券」</u>を贈呈												
③ドリームベッドClub Off ・全国20万軒以上での優待価格サービス ・米、洗剤や飲料水などの日用品を優待価格でご利用いただけるサービス	③(継続)左記変更なし												

- ・郵 送： 定時株主総会招集通知に、「株主優待サービスのご案内」を同封

7. 資本コストや株価を意識した経営の実現



7. 資本コストや株価を意識した経営の実現

株価を意識した、経営の改善に向けた基本施策として、

- ①企業収益の成長(2期連続増収増益見込み)
- ②株主還元のための増配や株主優待(今期増配予定、株主優待改善)
- ③資本効率の改善(自己株買い等継続的に検討)
- ④中長期成長戦略の立案推進(次期中計経営計画策定)

を鋭意推進し実現していきます。

対応策	結 果
・成長施策実行に伴う収益成長期待の増大	・中期経営計画におけるマルチブランド戦略の強化拡大、販売チャネルの強化拡大施策により、2025/3期には売上収益を増大。
・投資家とのエンゲージメント強化による、企業理解の促進	・四半期ごとの決算資料開示、半期ごとの決算説明会開催、投資家とのone on oneミーティング、随時株主様よりの当社HPお問い合わせに対する回答等にてエンゲージメントを強化。
・中期経営計画の進捗に伴う利益率の向上	・上述の売上収益増大に伴う利益率の向上。
・資本効率を考慮した株主還元、投資の実行	・毎年の増配とともに、過去2回の自己株買いを実行。
・助成金除外分を利益拡大によって補填	・新工場建設に伴う助成金を除いたところでの純利益を2025/3期には4億円確保。



- ・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