



ドリームベッド株式会社 (7791)

2026年3月期第3四半期決算説明資料



2026年2月12日

dream bed



目 次

1. エグゼクティブサマリー	P. 2
2. 第3四半期の業績概要	P. 4
3. 通期業績及び期末配当予想	P. 9
4. 成長戦略の進捗	P. 11
マルチブランド戦略の強化拡大	P. 13
・KINGKOIL販売状況	
・ラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画	
・リーン・ロゼ コラボレーション企画	
・ミッセル・デュカラワフェア	
・ロゼカシマ販売状況	
・サーライトブリーズモデルチェンジ	
販売チャネルの強化拡大	P. 18
・海外輸出の進捗	
・リーン・ロゼ新宿、東京ショールーム増床	
・新横浜ギャラリー	
戦略遂行を支える財務・投資戦略	P. 21

1.エグゼクティブサマリー





1. エグゼクティブサマリー

第3四半期の業績概要

- ・新設ホテルや既存ホテル入替需要を取り込み、商業施設向け（ホテル向け）ベッド販売が大幅に伸長。
- ・高価格帯商品であるロゼカシマの販売とともに、リーン・ロゼショップの売上好調。
- ・インドネシア向けの本格的な輸出開始。今後周辺諸国への拡販目指す。
- ・家具販売店向けは、集客減少により対前年同期比で売上高微減。

成長戦略の進捗

【マルチブランド戦略の強化拡大】

- ・米国発の新ブランドKING KOIL（キングコイル）が順調な滑り出し。
- ・リーン・ロゼコラボレーション商品を展開し、シニア層への販売強化を図る。

【販売チャネルの強化拡大】

- ・東京ショールーム、リーン・ロゼ新宿をそれぞれリニューアル増床し、販路を拡大。
- ・新横浜ギャラリーを2026年2月7日にオープン。

【戦略遂行を支える財務・投資戦略】

- ・株主還元の更なる充実・企業価値を高めることを企図し、ToSTNeT-3にて買付委託

通期業績予想

- ・上述の成長戦略を推し進め、好調を維持しつつ、今期は中期経営計画最終年度の目標である、売上高11,900百万円、営業利益680百万円の達成を見込む（当期純利益対前期比6%増）。

2. 第3四半期の業績概要



2. 第3四半期の業績概要

第3四半期については、前期比増収・減益。

売上高は家具販売店向けは苦戦したものの、商業施設向け、ショップ/ショールームとも伸長し、過去最高を更新。利益については、積極的な人的資本投資に加え、営業強化に向けた販売費の増加により減益。

(1)損益計算書

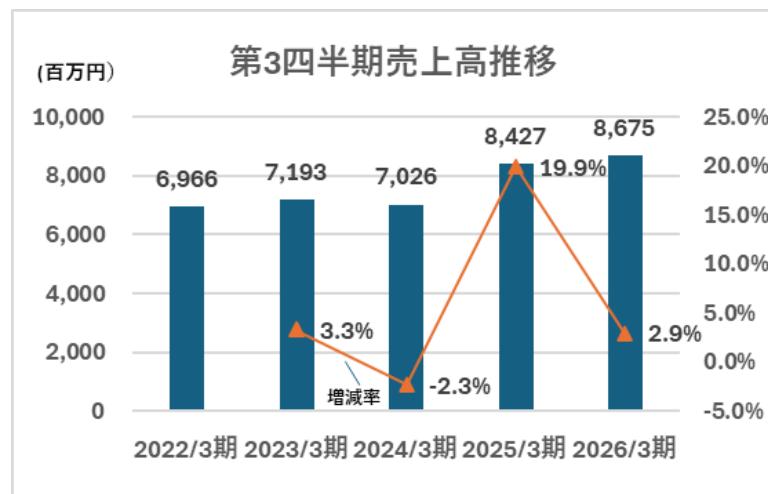
	25/3月期 第3四半期	26/3月期 第3四半期	増減額	増減率	通期予想比 進捗率
売上高	8,427	8,675	247	2.9%	(11,900) 72.9%
売上総利益	4,468	4,557	89	2.0%	—
営業利益	568	477	-91	-16.1%	(680) 70.1%
経常利益	550	459	-91	-16.6%	(640) 71.7%
第3四半期純利益	369	305	-64	-17.4%	(440) 69.3%
売上高総利益率	53.0%	52.5%	-0.5%		():期初業績予想
売上高営業利益率	6.7%	5.5%	-1.2%		
売上高経常利益率	6.5%	5.3%	-1.2%		
売上高純利益率	4.3%	3.5%	-0.8%		



2. 第3四半期の業績概要

損益計算書

	25/3月期 第3四半期	26/3月期 第3四半期	(百万円) 増減額	増減率
売上高	8,427	8,675	247	2.9%
売上総利益	4,468	4,557	89	2.0%
営業利益	568	477	-91	-16.1%
経常利益	550	459	-91	-16.6%
第3四半期純利益	369	305	-64	-17.4%



販売経路別売上状況

	25/3月期 第3四半期	26/3月期 第3四半期	(百万円) 増減額	増減率
家具販売店向け	6,272	6,254	-18	-0.3%
商業施設向け	938	1,029	91	9.7%
ショップ / ショールーム	1,132	1,264	132	11.6%
その他	85	126	41	48.2%
合計	8,427	8,675	247	2.9%

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、サーティースイートシリーズ、ドリームベッドピュアドリームの販売強化、ラグジュアリーホテル企画の展開、新ブランド「KING KOIL」の投入等を実施。リーン・ロゼについては、ソファを中心引き続き販売が堅調に推移。

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。

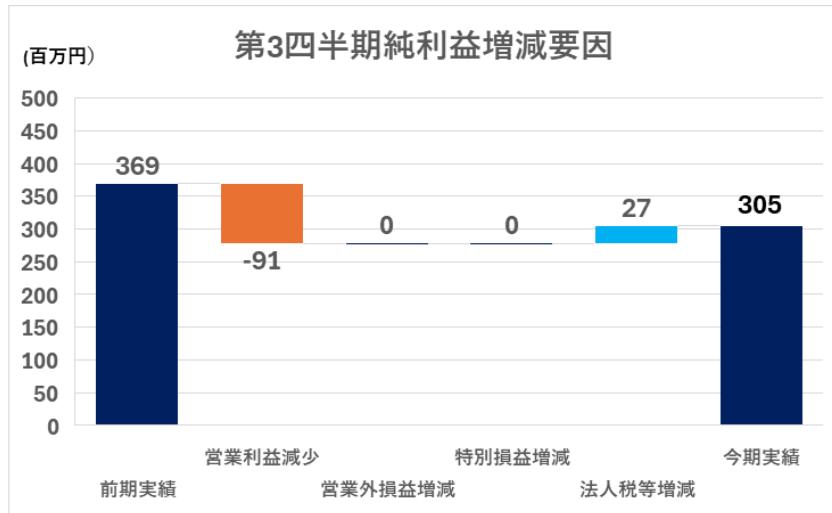
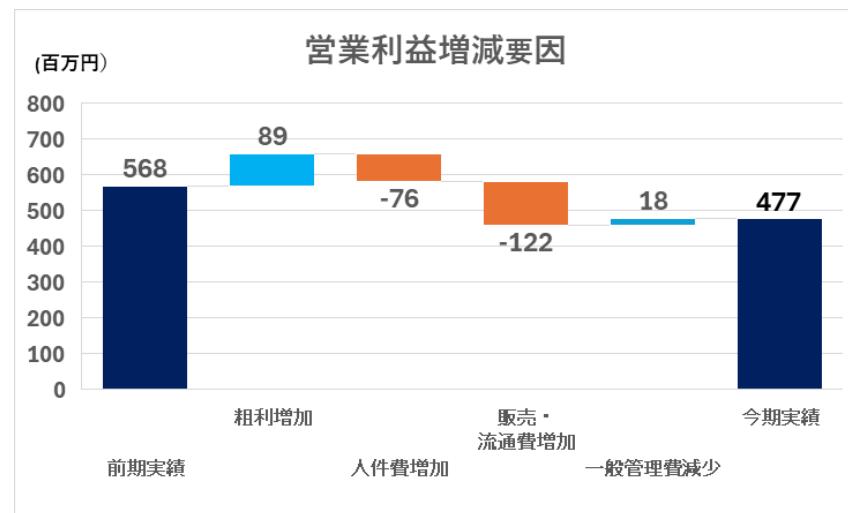
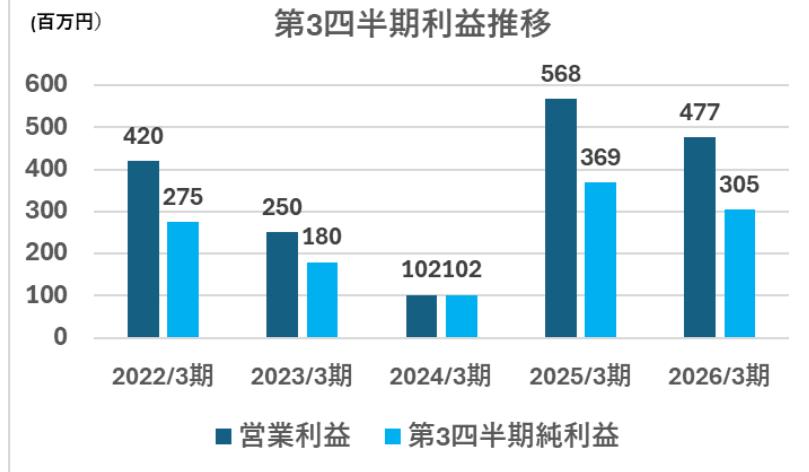
直営ショップにおいては、ロゼトーゴに加えリーン・ロゼの高価格帯新モデルであるロゼカシマの販売が好調。ショールームにおいてはハウスメーカー等の法人誘致を積極的に展開。

新たに開始した海外輸出(インドネシア向け他)が寄与。

2. 第3四半期の業績概要

損益計算書

	25/3月期 第3四半期	26/3月期 第3四半期	(百万円) 増減額	増減率
売上高	8,427	8,675	247	2.9%
売上総利益	4,468	4,557	89	2.0%
営業利益	568	477	-91	-16.1%
経常利益	550	459	-91	-16.6%
第3四半期純利益	369	305	-64	-17.4%



積極的な人的資本投資(労務費も含めた待遇改善)に加え、リーン・ロゼや新ブランドのプロモーション等の販売費の増加により営業利益は91百万円の減益(-16.1%)となった。

営業利益の減少を主因として第3四半期の純利益は64百万円の減益(-17.4%)となった。



2. 第3四半期の業績概要

貸借対照表

資産の部	25/3月末	26/3月期 第3四半期	(百万円) 増減	負債・純資産の部	25/3月末	26/3月期 第3四半期	(百万円) 増減
現金及び現金同等物	797	512	-285	営業債務	760	832	72
営業債権	2,325	2,398	73	有利子負債	2,297	2,521	224
棚卸資産	1,173	1,398	225	その他	1,644	1,083	-559
その他	161	94	-67	流動負債合計	4,701	4,437	-263
流動資産合計	4,456	4,403	-52	有利子負債	1,607	1,755	148
有形固定資産	6,210	6,114	-95	その他	451	460	9
無形固定資産	88	278	190	固定負債合計	2,058	2,215	157
投資その他資産	513	579	66	負債合計	6,759	6,653	-105
固定資産合計	6,811	6,972	161	純資産合計	4,508	4,722	214
資産合計	11,267	11,376	108	負債・純資産合計	11,267	11,376	108
				自己資本比率	40.0%	41.5%	1.5%

資産の部 現預金の減少はあったが、棚卸資産の増加、及び無形固定資産の増加(ソフトウェア)の増加等の要因により、資産の部は108百万円増加し11,376百万円。

負債の部 長短借入金の増加(増加運転資金、システム投資見合い)はあったが、未払金の減少により、負債の部は、105百万円減少し6,653百万円。

純資産の部 利益の積上げにより214百万円増加し4,722百万円。この結果、自己資本比率は1.5%向上し41.5%。

3. 通期業績及び期末配当予想



3. 通期業績及び期末配当予想

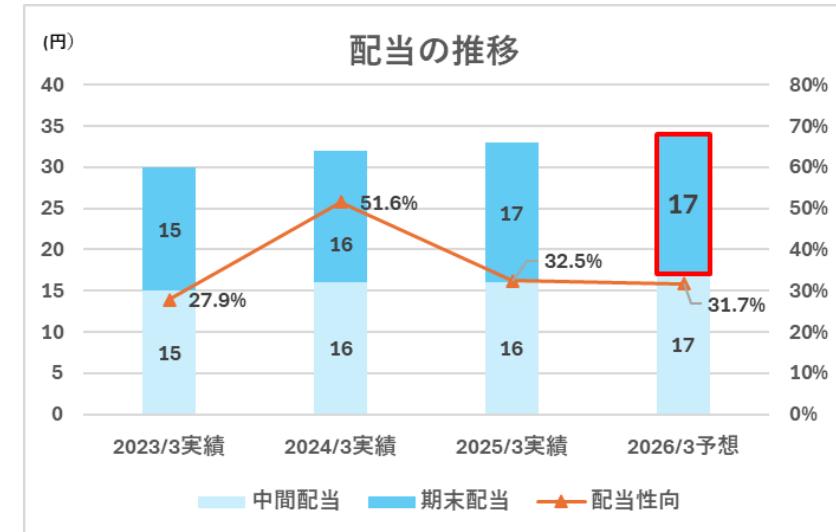
通期業績及び期末配当予想については、直近の公表値(2025.11.7)に変更ありません。

2026年3月期 通期業績予想

	25/3月期 実績	26/3月期 通期業績予想	(百万円) 増減額	増減率
売上高	11,509	11,900	391	3.4%
営業利益	595	680	85	14.3%
経常利益	583	640	57	9.8%
中間純利益	415	440	25	6.0%

2026年3月期 配当予想

基 準 日	1株あたり配当金		
	第2四半期末	期末	合計
配当予想		17円00銭	34円00銭
当期実績	17円00銭		



4. 成長戦略の進捗





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



4. 成長戦略の進捗

マルチブランド戦略の強化拡大

新ブランド「KING KOIL(キングコイル)」の販売状況

- ・2025年12月より受注開始早々より、2026/3期の年間目標を超える受注を獲得。
- ・「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。





4. 成長戦略の進捗

マルチブランド戦略の強化拡大

ラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画進捗

- ・The Okura Tokyoのスイートルームに導入されているマットレスに基づき、特別に企画開発した商品を販売。
- ・第3四半期までの累計で、年間販売目標比120%を達成。
- ・とくに東京エリアにおいては、同目標比150%超と好調。



サークル
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)



サークル
ライトブリーズN C BOX-T
(特別企画モデル)



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。



モンシャンランド888
(特別企画モデル)



4. 成長戦略の進捗

マルチブランド戦略の強化拡大

リーン・ロゼ コラボレーション企画(ムーミン)

- ・ロゼトーゴに、北欧を代表する人気キャラクターであるムーミンの図柄を使用した生地を採用。
- ・本企画により、ムーミンファンであるシニア層の開拓と、既存顧客への再邂逅を図る。



ロゼトーゴ
ROSETTogo



1973年の発表以来、リーン・ロゼのアイコンともいえるロングセラーソファです。発表から50年を超えた今もなお、現代的な美しさをまとい、世界中で愛され続けています。中綿をたっぷりと詰め込んだキルト式カバーが生み出す快適な座り心地と、立体感のあるフォルム、洗練されたデザインが魅力のコレクションです。ウレタンフォームのみでつくられているので、とても軽量で、レイアウト変更も気軽にお楽しみいただけます。





4. 成長戦略の進捗

マルチブランド戦略の強化拡大

ミッシェル・デュカロワ生誕100周年フェア

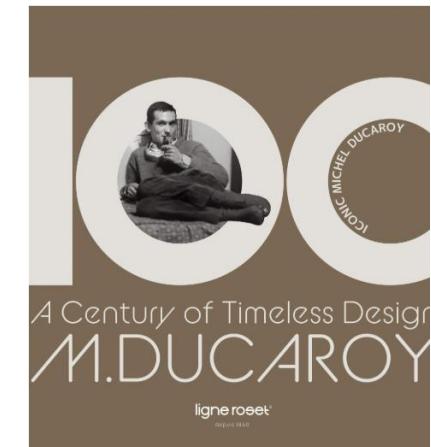
- ・現在当社において販売が好調な主力商品ROSETTogo(ロゼトーゴ)をデザインしたMICHEL DUCAROY(ミッシェル・デュカロワ)氏の生誕100年を記念したフェアを実施中。
- ・2025年5月のキャンペーン開始以来販売好調。



ロゼカシマ販売好調

- ・ロゼトーゴとともに販売が好調なROSETKashima(ロゼカシマ)。

1976年にデザインされたこの「ロゼカシマ」は、さまざまなレイアウトの組み合わせを楽しめる、総ウレタン構造のソファです。当時、ウレタンフォームは新しいクッション素材として注目されており、総ウレタンソファは革新的な存在でした。日本の障子を思わせるデザインと、彫刻のような凹凸感のある大胆なキルティング、ボリューム感のあるフォルムが絶妙に調和しています。リン・ロゼのコレクションの中でも特に高度な技術を要するモデルで、職人の手による丁寧な仕上げが美しさを際立たせます。体のラインにフィットする座り心地と、落ち着きのあるデザインが、贅沢なくつろぎの時間を提供します。2023年に中の素材とキルトパターンを新仕様にリモデルし、さらに快適な座り心地を実現しました。





4. 成長戦略の進捗

マルチブランド戦略の強化拡大

サーダマットレス「ライトブリーズシリーズ」のモデルチェンジ

サーダマットレス基幹モデル「ライトブリーズ」シリーズをモデルチェンジ

■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
トップバーの着脱が可能

■発売時期 ・2026年1月より販売開始



4. 成長戦略の進捗

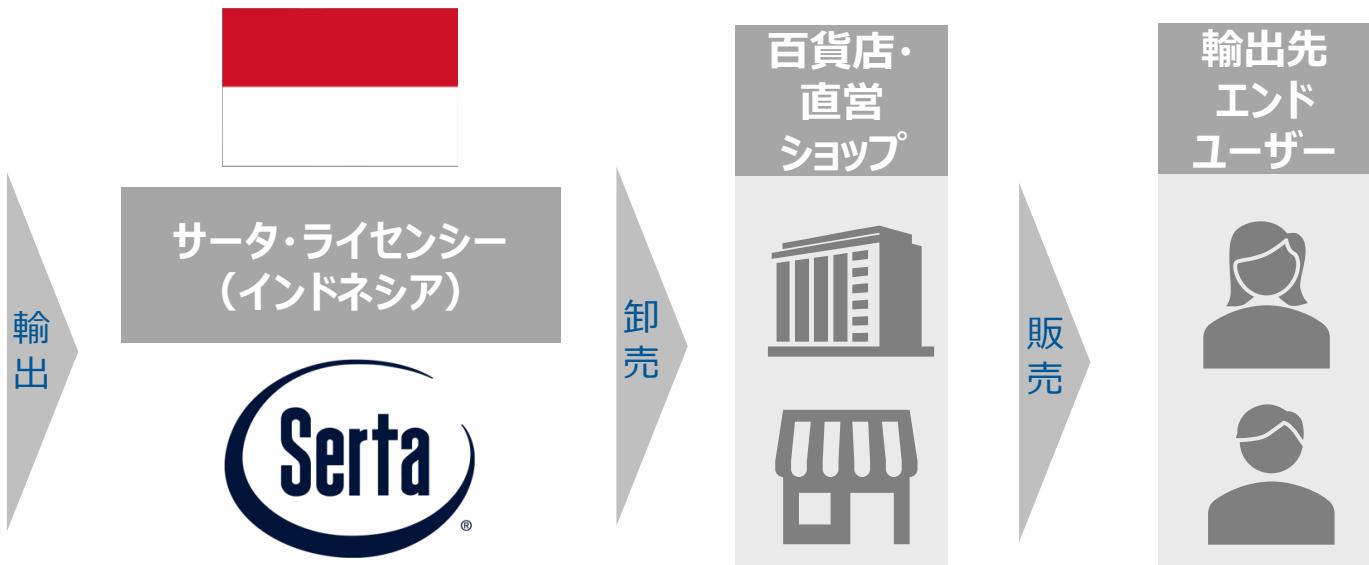
販売チャネルの強化拡大

海外輸出の進捗

- ・サーダ「ジャパンエクスクルーシブコレクション」シリーズの商品をインドネシアへ輸出。
- ・インドネシアのサーダライセンシーへ輸出し、同国内の百貨店・直営ショップ(ジャカルタ他)にて、インドネシア富裕層をターゲットに販売。その他アジアへの輸出拡大を検討中。



dream bed



※「ジャパンエクスクルーシブコレクション」とは、海外での販売におけるシリーズ名。

※右上写真は2025年10月7日にインドネシアで開催された、同国ライセンシーによる製品発表会の様子。



4. 成長戦略の進捗

販売チャネルの強化拡大

リーン・ロゼ新宿リニューアル(2025年11月1日にオープン)

- ・面積71.4坪→118坪に増床し、国内最大級の売場面積に。
- ・売上前年比120%増。1件あたり成約単価も前年比アップ。



東京ショールームリニューアル(2025年11月15日にオープン)

- ・面積275坪→334坪増床し、1Fメインコーナーに「KING KOIL」新設。
- ・B1フロアにはBtoBの法人営業フロアとして新設。



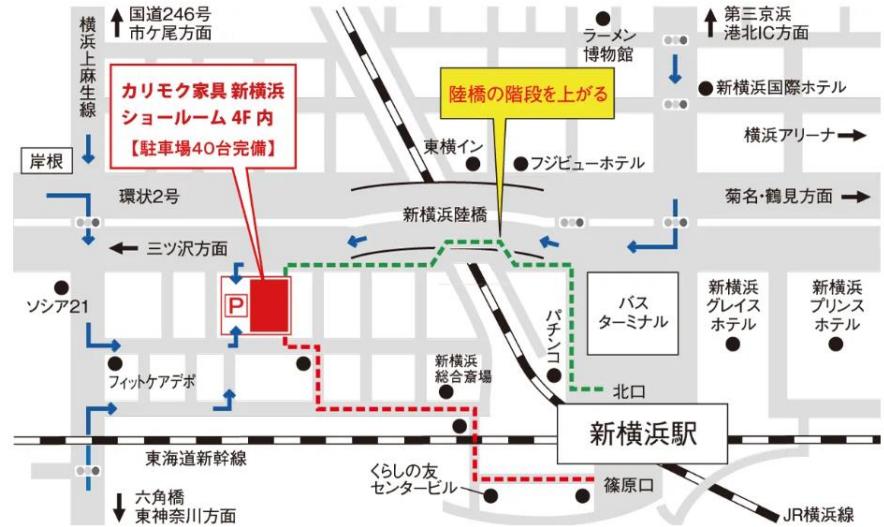


4. 成長戦略の進捗

販売チャネルの強化拡大

新横浜ギャラリー(2026年2月7日オープン)

- ・本ギャラリーは、新横浜駅から徒歩約10分という好立地に位置し、家具メーカーとして最大面積を誇るカリモク家具新横浜ショールーム内の1画に展開。
- ・横浜エリアにおける当社商品の認知拡大と、良質な睡眠を求める顧客層へ新たにアプローチし、売上増加を見込む。





4. 成長戦略の進捗

戦略遂行を支える財務・投資戦略

ToSTNeT-3による自己株式の取得

➤ 取得の目的

弊社は、現中期経営計画「Dreambed2025 Change & Challenge Plan」の戦略遂行を支える財務・投資戦略の一環として資本効率を考慮した株主還元・投資の実行を掲げてますが、株主還元の更なる充実、資本効率の向上を図るとともに、経営環境の変化に対応した継続的な資本政策の遂行により企業価値を高めることを企図し、自己株式を取得するものです。

➤ 取得の方法

自己株式立会外買付取引（ToSTNeT-3）にて、買付けを委託します。

➤ 取得の内容

- | | |
|----------|--------------------------------------|
| 1. 株式の種類 | 当社普通株式 |
| 2. 株式の総数 | 70,000株（上限） 発行済株式総数（自己株式を除く）の割合1.69% |
| 3. 株式の総額 | 63,000,000円（上限） |
| 4. 結果の公表 | 2026年2月13日午前8時45分の取引終了後に取得結果を公表します。 |

➤ 今後の対応

今後も、自己株式の取得については、資本コストや株価を意識した経営の実現に向け、次期中期経営計画にも織り込み、計画的に進めて参ります。



- ・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