



ドリームベッド株式会社 (7791)

2022年3月期第1四半期決算
および成長（売上拡大）戦略について



2021年 9月16日



- 1. 第1四半期の業績概要 P. 3
- 2. 成長（売上拡大）戦略について P. 9
 - ① 新商品の市場投入
 - ② テレビCMを使った積極的なPR
 - ③ リアル店舗の展開拡大

1. 第1四半期の業績概要



1. 第1四半期の業績概要

✓ 前年同期比にて、売上高および各利益ともに大幅に増加

損益計算書

(単位：百万円)

	2021年3月期 1Q実績 (注)	2022年3月期 1Q実績	増減
売上高	1,827	2,278	+451
営業利益	2	184	+182
経常利益	5	208	+203
当期純利益	2	142	+140

(注) 2021年3月期1Qの実績は、上場前での参考数値
2021年3月期1Qは収益認識基準を適用前、2022年3月期は適用後の数値
(影響額は、売上高が25百万円、各利益は9百万円減少)

1. 第1四半期の業績概要

【売上高】

次ページ、販売経路別のとおり。

【営業利益】

前期1Qでは、2020年4月7日に発令された緊急事態宣言により、家具販売店及び百貨店にて休業が相次ぎ、売上高が急減したものの、四半期営業利益は2百万円を計上。

今期1Qでは、新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）の当社への影響は少なく、上場に際しての上場関連費用を販売費及び一般管理費において委託費、手数料として、それぞれ支出したものの、対前期比で大幅に改善。

【経常利益】

保険解約返戻金55百万円の収入があった一方で、株式公開費用28百万円を支出。経常利益の増加は、営業利益改善によるもの。

1. 第1四半期の業績概要

販売経路別の売上高について

単位：百万円

	2021年3月期 1Q実績（注）	2022年3月期 1Q実績	増減
家具販売店向け	1,407	1,862	+455
商業施設向け	204	160	△44
ショップ/ショールーム	134	181	+47
ハウスメーカー向け	57	54	△3
その他	25	21	△4
合計	1,827	2,278	+451

（注）2021年3月期1Qの実績は、上場前での参考数値
2021年3月期1Qは収益認識基準を適用前、2022年3月期は適用後の数値
（影響額は、売上高が25百万円）

1. 第1四半期の業績概要

販売経路別売上高の増減理由について

【家具販売店向け】

サータブランディングのためのデジタル広告やラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画、ペアリングツイン等の各マーケティング施策が功を奏し、高価格帯商品も伸びて、**対前年同期比455百万円の増加。**

【商業施設向け】

コロナの影響を受けて、対前年同期比では減少したものの、前期本格的に影響が出始めたのは2Qからのため、今期は回復傾向。

【ショップ/ショールーム向け】

リモート接客に加え、バーチャルショールームをHPに設置。並びに来店予約制導入等の各コロナ対策がお客様に安心感を与え増収。

【ハウスメーカー向け】

催事の中止が続いており、前年同水準に留まるも回復傾向。

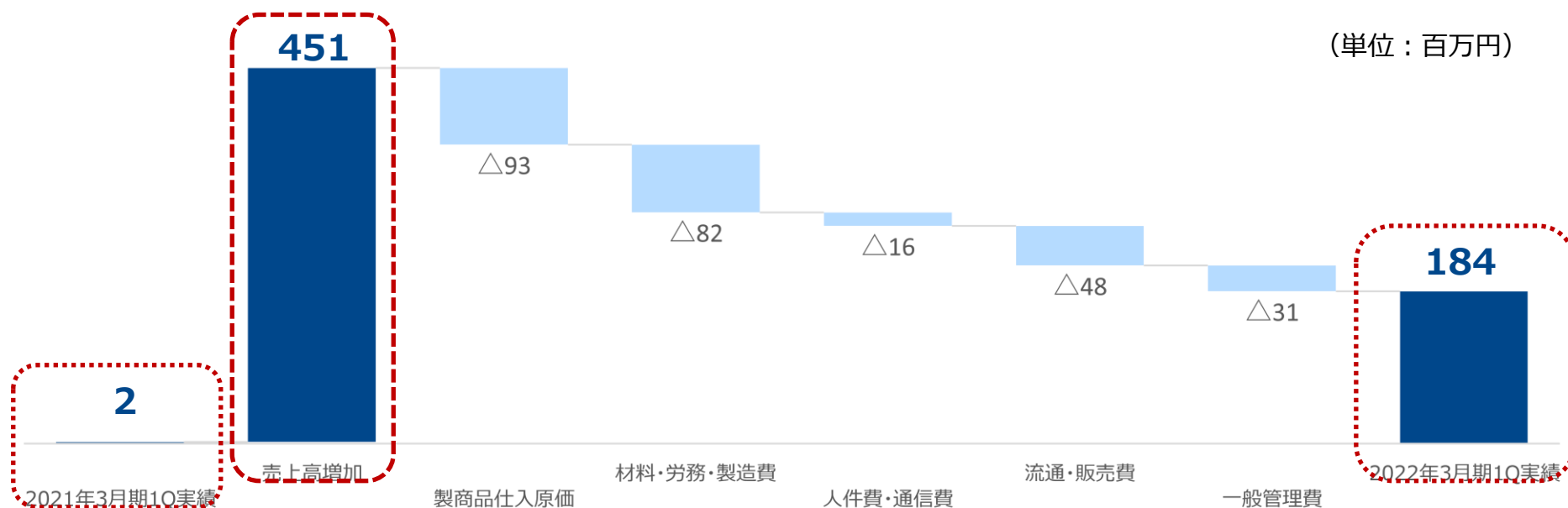
【その他】

前年同基準として、収益認識基準の影響25百万円を除けば、対前年同期比倍増。

1. 第1四半期の業績概要

営業利益の増減について

販売経路別売上高内訳のとおり、商業施設向けはホテル向け需要の減退はあるものの、家具販売店向け売上高が、コロナ禍ながらライフスタイルの見直し、巣ごもり需要に加え、各マーケティング施策により高価格帯商品の出荷が伸びたことから、大幅増益。

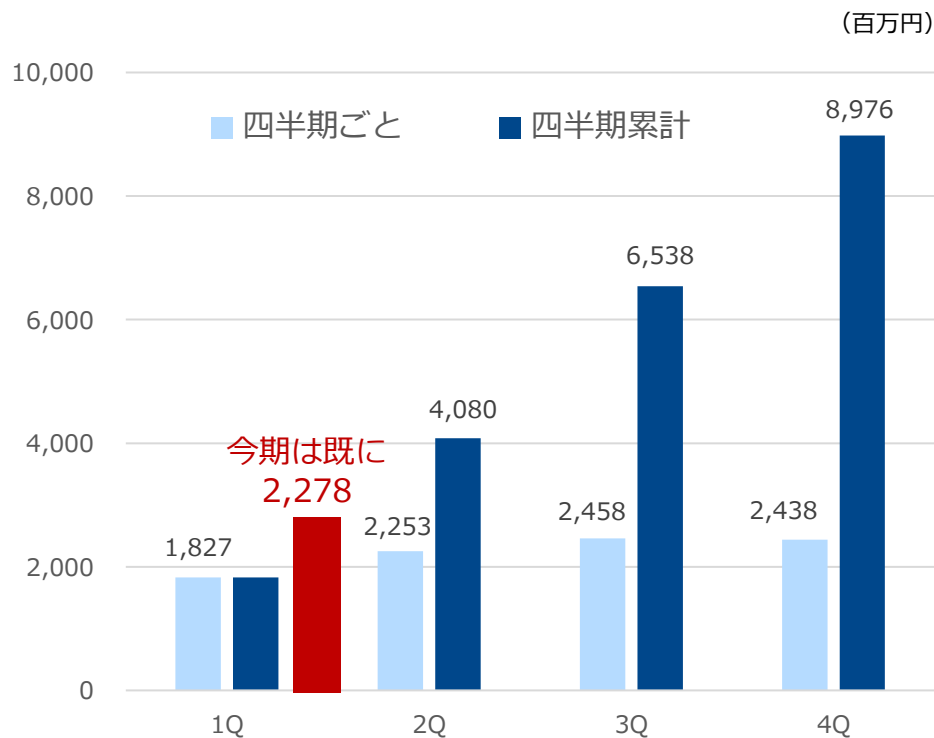


(注) 2021年3月期1Qの実績は、上場前での参考数値
2021年3月期1Qは収益認識基準を適用前、2022年3月期は適用後の数値
(影響額は、各利益が9百万円減少)

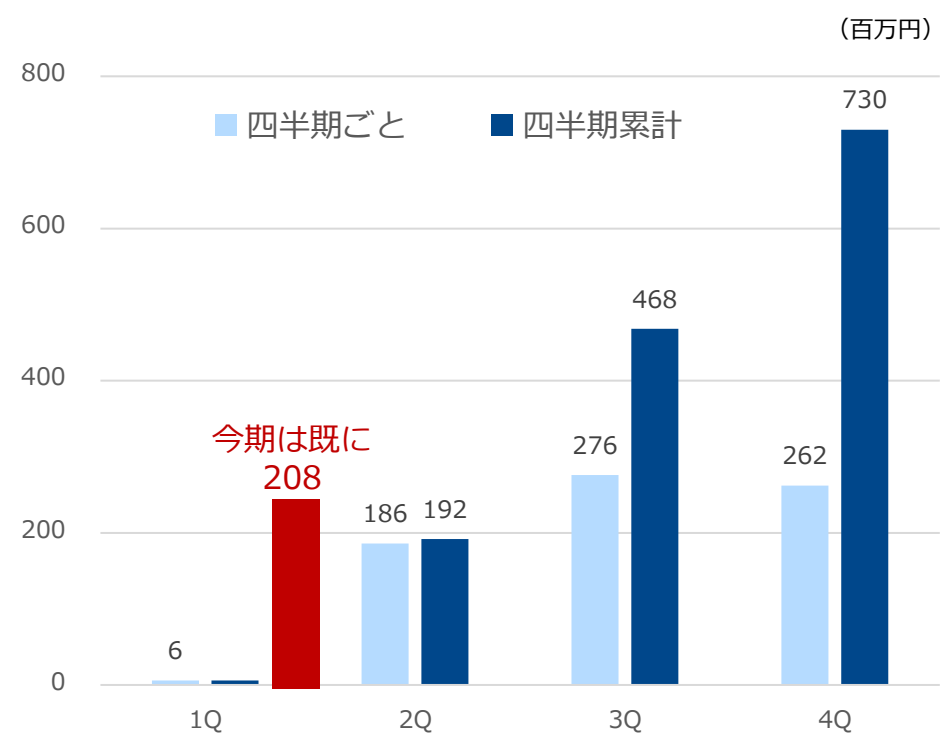
ご参考用：前期のコロナの影響について

✓ 前期、緊急事態宣言中の1Q及び4Qでも黒字を維持、その後の営業日数増加に伴って業績も順調に回復。今期1Qは既に前期1Qを上回り増収増益。

■ 四半期ごとの売上高（2021年3月期）



■ 四半期ごとの経常利益（2021年3月期）



(注) 2021年3月期1Qの実績は、上場前での参考数値
2021年3月期1Qは収益認識基準を適用前、2022年3月期は適用後の数値
(影響額は、売上高が25百万円、各利益は9百万円減少)

2. 成長（売上拡大）戦略について



～ベッドメーカー日本一を目指して～

上場による資金調達によって、工場の建て替え等による生産工程の効率化・生産能力の増強を図るだけでなく、

ベッドメーカー日本一を目指すため、「今期直近」は以下の成長（売上拡大）戦略を実施しています。

- ① 新商品の市場投入（2021年8月実施済み）
- ② テレビCMを使った積極的なPR（2021年9月実施済み）
- ③ リアル店舗の展開拡大（2021年9月より順次開設）

① 新商品の市場投入



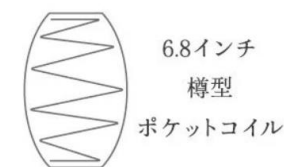
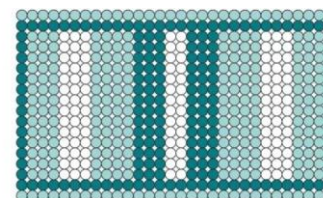
【新商品サータトラディション】 2021年8月より製造販売開始

製造販売開始の初年度は約1～2億円の売上を見込んでおり、
今後は当社の主力商品として拡販してまいります。

- ✓ 米国のベッドマットレスブランド『Serta(サータ)』の創立90周年を記念して自社開発
- ✓ 革新的な「11ゾーン」のポケットコイル配列を採用し、今までにないきめ細かな寝心地を実現



- 線径 1.7mm コイル
- 線径 1.8mm コイル
- 線径 1.9mm コイル



② テレビCMを使った積極的なPR

【テレビCM放映】

2021年9月4日より、競合他社の認知度と肩を並べるべく、
サータの認知度30%を目指すため、関東キー局合計240本オンエア、
約4,300万人へ向け全日放映。

✓サータブランディング戦略の一環として、デジタル広告に加え、テレビCMを使った積極的なPRを実施
(放映後9月14日時点で、Youtube視聴回数49万回超)



- 放映エリア 関東圏（東京、神奈川、千葉、埼玉、群馬、茨城、栃木）
 - テレビ局 関東キー局（TBS・フジテレビ・テレビ朝日）
 - 放送日 2021年9月4日（土）～2021年9月12日（日）
 - ナレーター 人気アニメ声優下野紘氏、女優岡崎ゆう氏によるナレーション
- ※当社HPにて、放映エリア外にお住いの皆さまにもご覧いただけます(放映より3ヶ月内)。

③ リアル店舗の展開拡大-1

【顧客が当社製品を直接体験、体感できるショールームを活用】

東京ショールームを
「ブランディングの発信基地」として
全国に展開

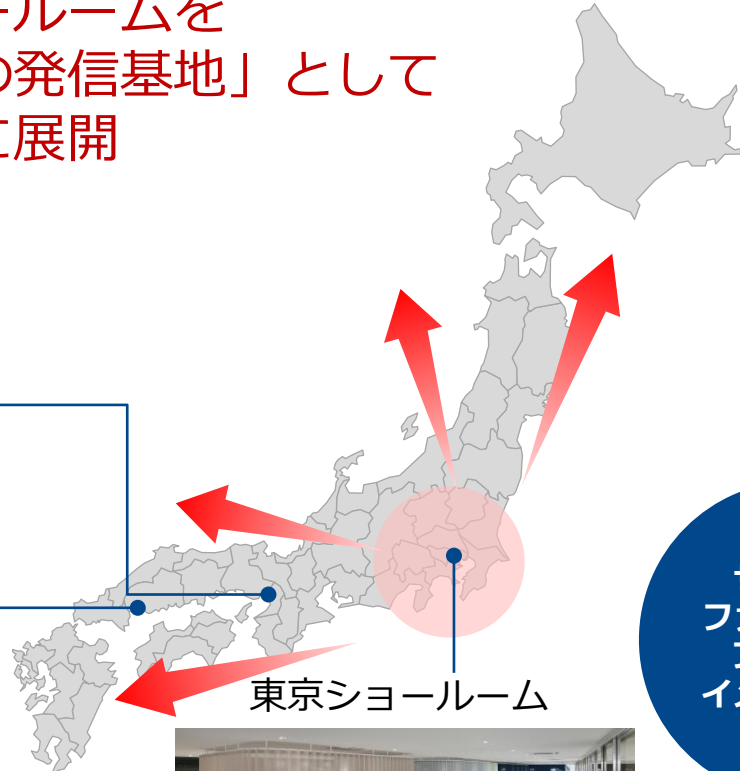
大阪ショールーム



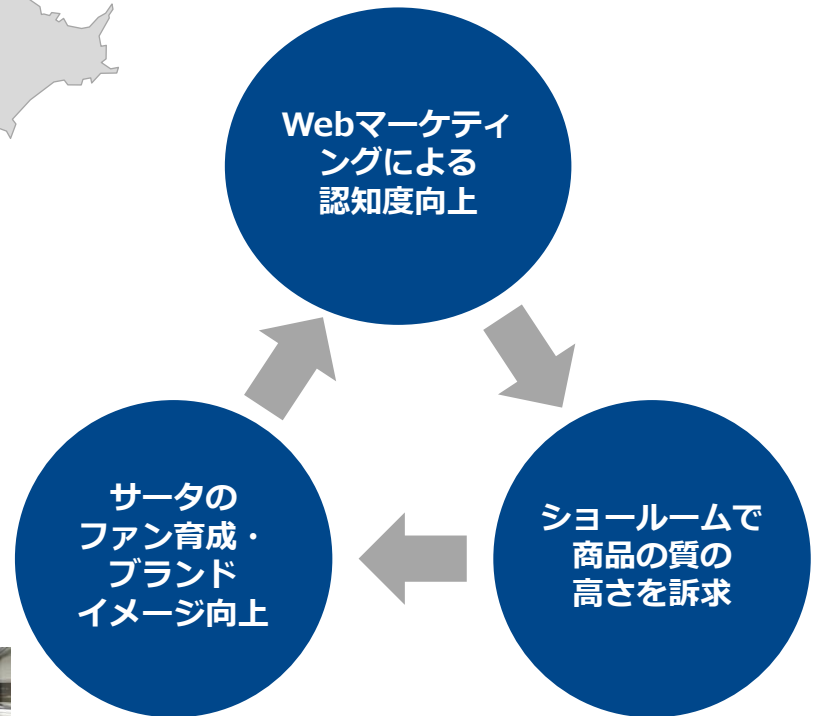
広島ショールーム



東京ショールーム



Webマーケティングとの
シナジー効果を発揮



③ リアル店舗の展開拡大-2

【2021年9月4日、国内初のSerta（サータ）旗艦店グランドオープン】

東京都渋谷区の「ドリームベッド東京ショールーム」の増床リニューアルに伴い、同ショールーム内のおよそ半分の面積にサータを設置。

お客様一人ひとりにあったベッドマットレスが見つかる「寝心地ギャラリー」として、『Serta(サータ)』の“オートクチュール発想”による新しい顧客体験を提供。



③ リアル店舗の展開拡大-3

【リーン・ロゼショップの新規開設】

消費者向け販売の拡大によってブランド価値を向上

今期福岡市への出店により、**来期計画の売上高約1~2億円のうち一部が、今期4Qに前倒し計上される見込み。**

■当初開設計画

2022年3月期には九州エリア、
2024年3月期には中部エリアに
それぞれリーン・ロゼ新店の開設を予定



■直近開設準備状況

計画を前倒しし、

2021年12月メドに福岡市へ開設準備進行中。

2024年3月期の中部エリアへの開設は予定通りです。

ligne roset®



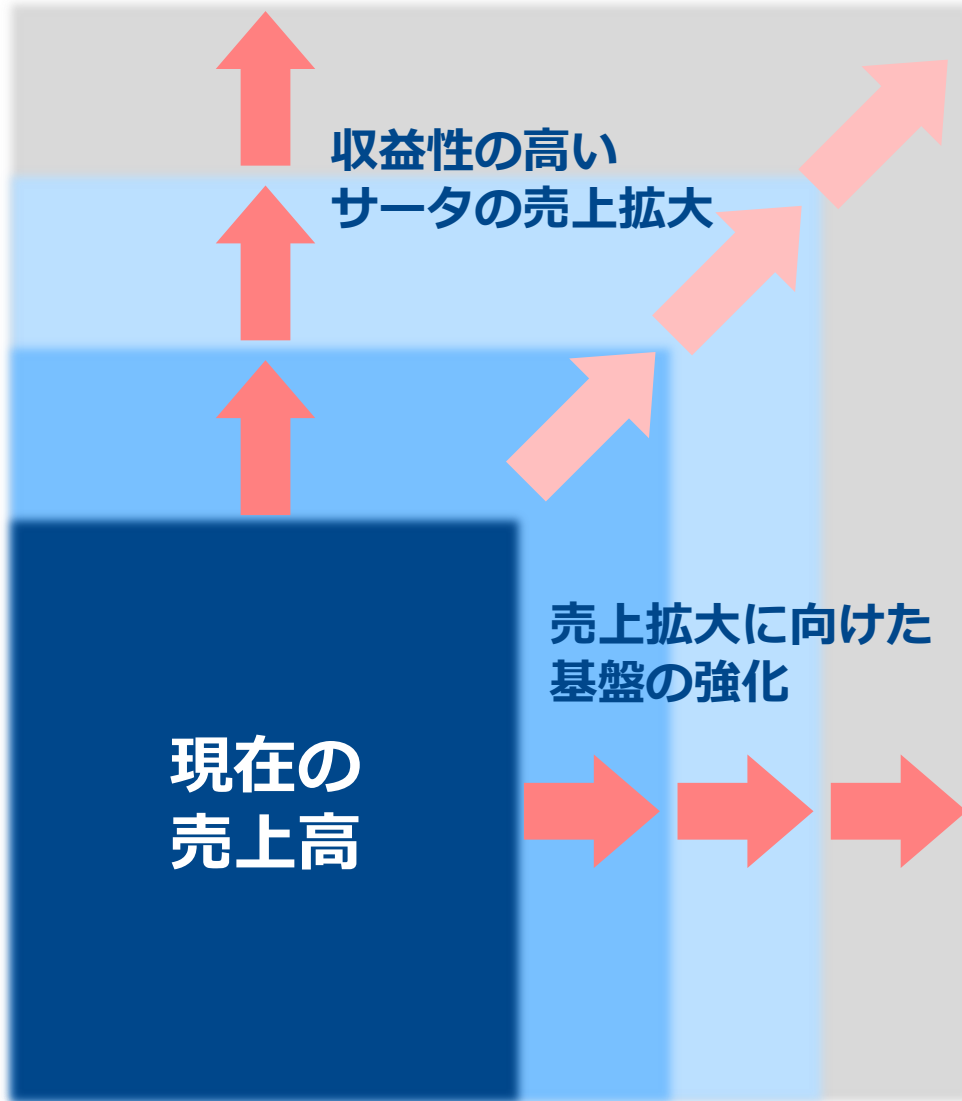
③ リアル店舗の展開拡大-4

【マットレス診断システム】ネルゴリズム ～独自のアルゴリズムで、理想のマットレス選びをサポート～

- ✓ 身長・体重等の「パーソナルデータ」と、寝心地の好み等の「プリファレンスデータ」を基に、お客様にとって最適な寝心地を体感できる、お勧めマットレスを最大3種類導き出します。
- ✓ 体圧分散や寝姿勢といった「指標」だけではなく、実際にお客様が体感された「心地良さ」という数値化できない感覚（官能評価）を重視した当社独自の新しい仕組みです。



東京ショールームのリニューアルオープン時に、
ネルゴリズムを初公開



POINT 1

収益性の高いサータの売上拡大

- サータブランディング戦略
- EC公認化
- ショールームの活用
- スリープテックへの取り組み

POINT 2

売上拡大に向けた基盤の強化

- 生産性の向上
- 人材の確保及び育成
- 物流効率の向上



- 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://dreambed.jp>
keiki@dreambed.co.jp