

空 環 創 造 宣 言
dream bed

ドリームベッド株式会社

2023 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会

2022 年 8 月 30 日

イベント概要

[企業名]	ドリームベッド株式会社		
[企業 ID]	7791		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2023 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会		
[決算期]	2022 年度 第 1 四半期		
[日程]	2022 年 8 月 30 日		
[ページ数]	28		
[時間]	10:00 – 10:48 (合計：48 分、登壇：41 分、質疑応答：7 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	2 名		
	代表取締役社長	小出 克己 (以下、小出)	
	取締役 管理本部長	峰岡 道男 (以下、峰岡)	

登壇

司会：お時間になりましたので、これより、ドリームベッド株式会社、2023年3月期第1四半期決算説明会を開催いたします。

本日はご多忙の中、決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

それでは、これより2023年3月期第1四半期決算について、代表取締役社長、小出克己、取締役、管理本部長、峰岡道男よりご報告させていただきます。

小出：皆様、本日はお集まりをいただきまして、誠にありがとうございます。ドリームベッド株式会社、代表取締役社長、小出克己でございます。

峰岡：取締役、管理本部長、峰岡道男でございます。



エグゼクティブサマリー

① 増収減益

売上高において、家具販売店向けは巣ごもり需要が一巡した様相を呈し、対前年同期比では減少となるも、リーン・ロゼは販売好調で全社的には増収。一方で依然として商業施設向けは新型コロナウイルス感染症の拡大により受注の延期あり。利益は、原材料の高騰の影響から粗利益率低下にて対前年同期比減少。

② リーン・ロゼ好調維持

お家時間（住環境）の見直しからリーン・ロゼショップにおける販売が引き続き好調。

③ 名古屋ショールームの開設、アマゾンECモールへの出店

8月に中部地方では初となるショールームを開設し、需要の取り込みほか各施策と連携。アマゾンECモールへの出店により、さらなる認知度向上を図りリアル店舗へ送客。

④ 業績予想

原材料高騰に対してはさらに売値値上げでカバー。前第2四半期で東京ショールーム開設に伴い支出した広告宣伝費が今期はないことから、また引き続きロゼ商品の販売好調を維持しながら、商業施設向け需要の回復に対応することで、2Q及び通期業績予想は据え置き。2Qまでの業績進捗はほぼ例年どおりを予想。

小出：それでは、これより2023年3月期第1四半期決算についてのご報告をさせていただきます。

資料1ページをご覧ください。まず、今回の資料のエグゼクティブサマリー、4項目につきまして、私からまず説明をさせていただきます。

まず第1点目は、今期第1四半期は増収減益の結果となりました。売上におきましては、コロナが再拡大する中でも行動制限が撤廃され、消費対応が大きく変わってまいりました。その中で巣ごもり需要が一巡しております。そういった関係もございまして、家具販売店向けは、対前年同期比では減少という結果になりました。

ただ、そういった中でも、当社のブランドでありますリーン・ロゼの販売は大変好調に推移をいたしまして、全体売上に大きく貢献いたしました。一方で、依然として商業施設向けは、新型コロナウイルス拡大の影響が色濃く残っており、新たな投資の減少、あるいは受注の延期といった問題がございまして、売上はほぼ横ばいという状況でございました。

利益につきましては、昨年来の原材料の高騰の影響が大きく出ました。粗利益率の低下といったことが利益に大きく影響し、対前期比では減少という結果になりました。

2点目は、リーン・ロゼの好調維持でございますけれども、コロナが拡大する中で、巣ごもり需要が一巡したと言いますが、まだまだやはりおうち時間の見直しといった部分での需要は強いものがございます。家族で過ごされますリビングの環境の改善といったところが大きな効果を生んでおると思います。リーン・ロゼのショップにおけます販売は引き続き好調を維持しております。

それから、3点目でございます。市場や購買環境の変化に対応していくために、今期、名古屋ショールームの開設と、アマゾン EC モールへの出店を行います。8月27日には中部地方で初となります名古屋のショールームを開設いたしました。今後の地域需要の取組みといったことに合わせたいろいろな施策を展開し、取引先との連携も図っていきたいと考えております。

アマゾンの EC モールにつきましては、昨年来いろいろな準備をしてまいりました。EC モールへの出店ということで、認知度の向上を図ると同時に、リアル店舗との連携といったことを強化する中で売上拡大に努めていきたいと考えております。

4点目は、今期の業績予想でございます。今期は、原材料高騰に対しては売価の値上げということで対応をしてまいりたいと考えております。また、経費につきましては、昨年、東京ショールームの開設に合わせまして、広告宣伝費の戦略的な投入をいたしましたけれども、今期名古屋のショールームにつきましては、大きな宣伝広告費の投入は考えておりません。そういったものを見ながら、経費の抑制も図りながら、利益の確保に努めていきたいと思っております。

また、先ほど来ご説明しております、ロゼ商品の拡販は、利益率の改善に大きく貢献をいたします。今期も後半にかけて利益の改善に貢献していくものと考えております。

ただ、商業施設分野の需要の回復はもう少し時間があるのかなとは考えておりますけれども、リゾート系、あるいはラグジュアリー系の需要につきましては、徐々に回復が見られるようになってきております。後半への期待を持てる状況ではないかなと考えております。

そういったものを背景に、第2四半期及び通期の業績については据え置きとさせていただきます。第2四半期までの業績進捗は、ほぼ例年どおりの状況で推移をいたしていると思っております。



1. 第1四半期の業績概要	P. 3
2. 成長戦略の進捗	P. 10
①「Serta（サータ）」のブランディング戦略	
②ショールームの活用	
③製品開発への取組み	
④リーン・ロゼ販売好調維持	
3. 2Q及び通期の業績予想・配当予想	P. 20
4. トピックス	P. 24
5. Appendix	P. 26

続きまして、2ページでございます。今回の資料の概要でございます。

まず、第1点目は第1四半期の業績概要でございます。2点目は成長戦略で、当社が現在強化して進めております主要項目につきまして、この4項目を説明させていただきます。3点目は第2四半期及び通期の業績、配当予想でございます。4点目はトピックスで、5点目は各種資料を添付させていただいておりますので、ご覧いただけたらと思います。

それでは、第1点目の第1四半期の業績概要につきまして、取締役、管理本部長、峰岡より説明をさせていただきます。



1. 第1四半期の業績概要

第1四半期における売上高は、家具販売店向けが減少する一方で、**リーン・ロゼ好調維持し対前年同期期比増加**。各利益は**原材料高騰の影響を受け減少**。

損益計算書

(単位：百万円)

	2022年3月期 1Q実績	2023年3月期 1Q実績	増減
売上高	2,278	2,331	+53
営業利益	184	85	△99
経常利益	208	83	△125
四半期純利益	142	53	△89

dream bed

4

峰岡：それでは、第1四半期の業績の概要をご説明いたします。

第1四半期の業績でございますが、増収減益という結果でございます。売上高は、家具販売店向けは減少いたしました。中でもリーン・ロゼは売上好調を維持し、前年対比増加しております。

利益でございますが、利益につきましては原材料の高騰の影響を受け減益となったものでございます。原材料高騰の影響は昨年7月以降から高騰しましたので、前年の第1四半期におきましては、原材料の高騰の影響は受けておりません。対前年比での利益減益の主な要因でございます。なお、原材料高騰につきましては、今期予算に織り込み済みでございます。

まず、売上高でございます。2023年3月期の第1四半期実績でございますが、23億3,100万円、5,300万円の増収でございます。営業利益8,500万円、対前年比9,900万円の減益でございます。経常利益8,300万円、対前期比1億2,500万円の減益でございます。四半期純利益でございますが5,300万円、対前期比8,900万円の減益でございます。



1. 第1四半期の業績概要

販売経路別売上高の増減理由

(単位：百万円)

	2022年3月期 1Q実績	2023年3月期 1Q実績	増減
家具販売店向け	1,862	1,828	△34
商業施設向け	160	166	+6
ショップ/ショールーム	181	232	+51
ハウスメーカー向け	54	75	+21
その他	21	30	+9
合計	2,278	2,331	+53

【家具販売店向け】

- ・新型コロナウイルス感染症拡大における巣ごもり需要が一巡した様相を呈したことにより、対前年同期比34百万円の減少も、**リーン・ロゼは好調を維持**。

dream bed

5

続きまして、販売経路別売上高の増減のご説明でございます。

まず、家具販売店向けでございますが、2023年3月期の第1四半期実績でございます。18億2,800万円、対前期比3,400万円の減収でございます。商業施設向け、ホテルでございますが、1億6,600万円、対前期比600万円の増収でございます。ショップ/ショールーム2億3,200万円、5,100万円の増収でございます。ハウスメーカー向け7,500万円、対前期比2,100万円の増収でございます。その他の売上3,000万円、900万円の増収でございます。合計23億3,100万円、5,300万円の増収でございます。

家具販売店向けでございますが、コロナ禍での巣ごもり需要も一巡した様相でございます。対前年比3,400万円の減少も、リーン・ロゼは好調を維持しております。



1. 第1四半期の業績概要

【商業施設向け】

- ・ホテル業界においてコロナの影響から、依然としてホテル建設及びリニューアル計画の延期や中止にて**需要の回復は鈍い**ながら、対前年同期比6百万円の増加。

【ショップ/ショールーム】

- ・前期オープンした東京ショールームリニューアル、リーン・ロゼ福岡店が**販売増加に寄与**し、対前年同期比51百万円の増加。

【ハウスメーカー向け】

- ・コロナ禍で催事の中止が相次いでおり、未だ完全復活には至らないものの、**各ショールームと連携しての来客増加が売上の好調要因**であり、対前年同期比21百万円の増加。

【その他】

- ・OEM販売が増加し、対前年同期比9百万円の増加。

続きまして、商業施設向けでございます。

ホテル業界におきましても、コロナの影響から、依然としてホテルの建設及びリニューアル計画の延期や中止が続いております。需要の回復は鈍いながらも、何とか前年の売上実績は微増でございますが、達成しております。

それから、ショップ/ショールームでございますが、前期オープンしました東京ショールームのリニューアルによる店舗の面積の拡張、それからリーン・ロゼ福岡の新設の販売が好調に推移しております。

ハウスメーカー向けでございますが、コロナ禍での催事の中止が相次いでおります。いまだ完全復活には至っておりませんが、各ショールームを活用した集客により、売上は好調でございます。

その他の売上でございます。OEM販売が増加し、対前年同期比900万円の増加でございます。



1. 第1四半期の業績概要

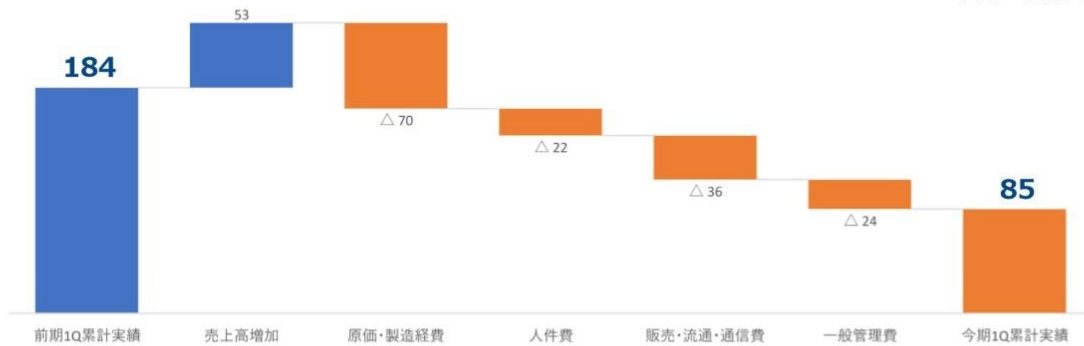
営業利益の増減

(単位：百万円)

	2022年3月期 1Q実績	2023年3月期 1Q実績	増減
営業利益	184	85	△99

- ・前期下期からの**原材料高騰に伴う売上原価増加**、また販売費は5月開催の個展等に伴う販売促進費用、管理費は名古屋ショールーム関連費用の支出から、営業利益は対前年同期比99百万円減少。

(単位：百万円)



dream bed

7

ここからは、利益のご説明でございます。まず、営業利益の増減でございます。下のグラフでご説明をさせていただきます。

前期営業利益1億8,400万円、今期の売上増加5,300万円の増収、それから原価・製造経費7,000万円の増加がございまして、これは原材料高騰による売上原価によるものでございます。

それから、人件費でございますが、2,200万円の経費増加。ショップ/ショールームの開設に伴う人員増と給与のベースアップによるものでございます。販売・流通費、通信費でございますが、コロナ禍で3年ぶりの5月個展を開催いたしました経費と、営業活動ならびに販売強化に伴う増加でございます。

一般管理費でございますが、ショップ/ショールームの開設に伴う店舗家賃などの経費が増加したものでございます。今期営業利益8,500万円、前期比9,900万円の減益でございます。



1. 第1四半期の業績概要

経常利益／四半期純利益の増減

(単位：百万円)

	2022年3月期 1Q実績	2023年3月期 1Q実績	増減
経常利益	208	83	△125
四半期純利益	142	53	△89

【経常利益】

- ・ 原材料高騰に伴う売上原価増加により営業利益減少、前期1Qで計上した保険解約返戻金55百万円、株式公開費用28百万円が今期1Qではないことから、対前期同期比125百万円減の83百万円。

(単位：百万円)



【四半期純利益】

- ・ 対前年同期比利益減少に伴う法人税等34百万円の減少から、対前年同期比89百万円減の53百万円。

dream bed

8

ここでは経常利益、四半期純利益の増減についてご説明いたします。

経常利益でございますが、こちらも下の表でご説明をさせていただきます。前期経常利益、2億800万円、今期の営業利益が9,900万円の減益でございます。それから、営業外収入では前年、前期、保険の解約返戻金ございましたが、今期はございませんので、収入の減となっております。昨年、上場時での株式公開費用が2,900万円発生しておりますが今期はございませんので、支出の減少でございます。

今期の経常利益8,300万円、前期比1億2,500万円の減益となっております。四半期の純利益でございますが、対前年同期比8,900万円の減少、5,300万円の当期純利益でございます。



1. 第1四半期の業績概要

貸借対照表

(単位：百万円)

	2022年3月期末	2023年3月期 1Q実績	増 減	概要
流動資産	4,344	3,886	△458	八千代第一工場の新設511
固定資産	3,916	4,484	+568	建設仮勘定の増加570 (八千代第一工場の新設) 名古屋ショールームにかかる敷金25
資産合計	8,260	8,370	+110	
流動負債	3,719	3,948	+229	支払手形の増加107 賞与引当金の増加87
固定負債	739	706	△33	一年以内支払いのため長期未払金から 流動負債に移行
負債合計	4,458	4,654	+196	
純資産	3,802	3,716	△86	四半期純利益53、配当金の支払い104、 自己株式の取得36
負債純資産 合計	8,260	8,370	+110	

dream bed

9

続きまして、貸借対照表のご説明でございます。

まず、2022年3月期末と2022年6月末の実績の比較でございます。流動資産38億8,600万円、4億5,800万円の減少でございます。八千代第一工場の新設に伴う支出5億1,100万円、主に現金預金の減少でございます。

固定資産44億8,400万円、5億6,800万円の増加でございます。八千代第一工場の新設に伴う建設仮勘定5億7,000万円の増加、あるいは名古屋ショールームにかかる敷金2,500万円の増加でございます。資産合計83億7,000万円、1億1,000万円の増加でございます。

流動負債39億4,800万円、2億2,900万円の増加でございます。支払手形の増加1億700万円、賞与引当金の増加8,700万円でございます。固定負債7億600万円、3,300万円の減少でございます。1年以内支払のための長期未払金から流動負債に移行したものでございます。負債合計46億5,400万円、1億9,600万円の増加でございます。

純資産37億1,600万円、8,600万円の減少でございます。四半期純利益5,300万円がプラスされ、6月末に支払いました配当金の支払1億400万円は減少。

自己株式の取得 3,600 万円は減少でございます。自己株式取得につきましては、8 月 10 日終了いたしております。当初上限 7 万株、取得額の総額 5,000 万円を目標としておりましたが、最終実績は 5 万 1,500 株、3,600 万円の取得でございます。市場買付の自己株取得につきましては、株式数、株価などの制約、制限もございまして、目標までの買い付けができませんでした。

以上でご説明を終わらせていただきます。

続きまして、成長戦略の進捗についてご説明をいたします。



2. 成長戦略の進捗

Point 1 売上拡大施策

- 1) 「Serta（サータ）」のブランディング戦略
- 2) ドリームベッドブランド及び他の海外ブランドの拡販
- 3) ショールームの活用
- 4) スリープテック及び製品開発への取組み
- 5) 商業施設向けの営業施策の強化

Point 2 基盤強化施策

- 6) 人材の確保及び育成
- 7) 物流効率の向上
- 8) SDG s への取組み

小出：それでは引き継ぎまして、私より、成長戦略の進捗状況につきまして説明をさせていただきます。11 ページでございます。

現在当社は、売上拡大ならびに基盤強化の戦略を鋭意推進中でございます。この二つの戦略を両輪としまして、今後の成長を目指すということで取組みを進めさせていただいております。

本日は、その中で売上拡大策の戦略につきまして、主要 4 項目のうちの関連施策について説明をさせていただきます。

まず第1点目は Serta（サータ）のブランディング戦略、2点目はショールームの活用、3点目は製品開発への取組み、4点目はリーゼン・ロゼ販売好調の維持、この4項目につきまして説明をさせていただきます。



① 「Serta（サータ）」のブランディング戦略

Serta（サータ）の伸長

- ・デジタルマーケティングを主とした施策、並びにホテルコラボ企画等の各ブランディング戦略が奏功し、2012年から2021年の10年間で約2倍にサータ売上が伸長しており、下記のサータスリープサイトを加え、次ページのアマゾンECモールへの出店にて、更なる伸長を見込む。

売上金額は非公表のため縦軸単位表記なし



サータスリープサイト

- ・全国の主要家具販売店における体感機能や展示ラインを強化したサータスリープサイト「Serta Sleep Site」を開設。
- ・2022年3月期第二四半期にかけて順次開設予定（開設目標20店舗程度）。



dream bed

12

12 ページの資料をご覧ください。まずは、サータのブランディング戦略でございます。

当社は、2019 年からデジタルマーケティングを主としました施策、ならびにホテルコラボレーション企画といった各ブランディングの施策を推進し、一定の効果を発揮しつつございます。

そういった背景で、この 10 年間でサータの売上は約 2 倍の成長をいたしました。2012 年と比較をした 2021 年度実績と比較しますと、約 2 倍の売上となっております。2012 年から 7 年間はホテルの需要を中心としましたブランド認知の向上、あるいはシェアアップといったところで着実に成長を果たしてまいります。

ホテルの人気、あるいはシェアアップを背景としまして、一般市場の人気が徐々に高まっていく中で、2019 年度からは、サータのブランディング戦略を開始いたしました。こちらは主に家具販売店ルート的一般顧客の獲得の取組みを進めるということで、戦略の加速を図った施策でございます。

特にデジタルマーケティングを活用し、家具店の店頭へお客様を誘導するという施策を中心に取組みを進めてまいりました。今期につきましては、このデジタルマーケティングと併せまして、売場の充実といったところを支点に取組みをさせていただきたいと考えておりまして、現在、全国の家具販売店におきます体感機能、あるいは展示ラインを強化したサータスリープサイトの開設を、鋭意設置を進めております。

今期、第2四半期中には順次開設を進め、開設目標20店舗を予定いたしております。サータのスリープサイトにつきましては、顧客との接点、あるいは購買決定の場であります売場の充実を図ることで、ブランド価値の向上と、プレミアムライン商品の拡販を進めていきたいということで活用を図っていききたいと考えております。



① 「Serta (サータ)」のブランディング戦略

アマゾンECモールへの出店

- ・デジタルマーケティングに加えて、EC検索の後その8割がリアル店舗を訪れる傾向にあることから、**認知度向上を図るためアマゾンECモールへ出店**。
- ・リアル店舗への送客にて、相乗効果を狙うもの。
- ・2023年3月期、第二四半期より開始。



(EC検索) (来店・体感) (ECより注文) (納品売上)

購入の流れ

dream bed

13

13 ページをご覧ください。

ブランディング戦略の一環としまして、今期、アマゾン EC モールへの出店をいたします。昨年来進めてまいりました取引先 EC サイトの支援に加えまして、単独での EC モールへの出店の開始でございます。メーカーとして品質訴求とブランド価値向上で新たな販路の拡大を目指していききたいと考えております。

準備を進める過程の中で、EC モールの中で安価な商品だけではなくて、最近では上位ラインの商品も活発に売れるようになりつつあるという傾向が見えております。特に上位ラインの商品につきましては、EC サイトを検索されたいろいろなお客様が、必ずリアル店舗を訪問される、約 8 割のお客様は商品の確認をリアル店舗でされた上で購買をされるという動きが、非常に今は強くなっていると聞いております。そういったものの効果をわれわれも期待をいたしまして、この第 2 四半期の 9 月には、アマゾンの EC モールへの出店を単独でさせていただきます。今後、下期にかけて、大きな効果を生んでくれるものと考えております。



② ショールームの活用

寝心地のギャラリー **2022年8月27日** **名古屋ショールームグランドオープン**

- ・「寝心地のギャラリー」とは、文字通り寝心地を比較体感していただくための空間。
- ・寝心地の違いを感覚的に感じ取っていただくために、各マットレスの特性データをデザイン化したフィーリングバーを掲示するほか、一部のマットレスには寝心地を表現したアートを併せて展示。



dream bed

14

続きまして、14 ページをご覧ください。ショールームの活用戦略でございます。

当社は現在、3 ショールームを展開いたしておりますが、今般、東海地区最大の商業集積地であります名古屋市の栄地区に 2022 年 8 月 27 日に、寝心地ギャラリー、名古屋ショールームをグランドオープンいたしました。寝心地ギャラリーと申しますのは、文字どおり寝心地を比較体感していただくための空間でございます。

寝心地の違いを感覚で感じ取っていただくために、各マットレスの特性データをデザイン化したフィーリングバーを掲示させていただくということや、一部マットレスには寝心地を表現したア

ートを併せて展示をするという、いろいろな仕掛けもさせていただいております。サービス、商品体感と使用価値を感じていただける環境の提供と充実に取り組んでいきたいと考えております。



② ショールームの活用

名古屋ショールームにおけるマルチブランド

当社の強みであるマルチブランド（複数ブランド）を取り揃え、お客様それぞれの多種多様な寝心地のラインナップを展示。



ruf | BETTEN
Perfektion der Sinne

WATER WORLD dream bed

名古屋ショールームにおける 試眠室（個室）での体感

- ・お客様にとって最適の寝心地をお選びいただくために、周囲を気にすることなくじっくりとお試しいただける試眠室を完備。
- ・眠りを促す香りや音、光等で演出し、ゆったりリラックスできる環境を整備。



dream bed

15

続きまして、15 ページでございます。

ショールームの活用の一環としまして、今回の名古屋ショールームにおきますマルチブランドの展開をさせていただきたいと考えております。当社の強みであります複数ブランドを取り揃え、お客様それぞれの多種多様な寝心地のラインナップの展示ができております。ぜひ体感をしていただけたらと思います。当社の独自性と差別化を訴求し、くつろぎのシーンづくりで、ロゼ商品も併せて展示をさせていただきます。

当社の強みであります各種の商品、それぞれのお商品の良さといったものを感じ取っていただけるようなショールームにしていきたいということで、今回の展示をいたしております。

今回の名古屋のショールームにつきましては、試眠室の設置もいたしております。過去のショールームのお客様のいろいろなご意見を聞いていますと、短時間での体験ではなかなか本当に自分に合った商品を選ぶということが非常に難しいというお声も聞いておまして、今回は試眠室を設けることで、ゆっくりとマットレスの体感を感じ取っていただける、ご自分に合った体感のマットレスを選んでいただけるのではないかなと考えておまして、環境自体も、試眠室の環境を香りや音、

あるいは光といったものも演出しながら、ゆったりとリラックスできる環境の整備をさせていただいていると思っておりますので、ぜひご使用をいただけたらと思います。



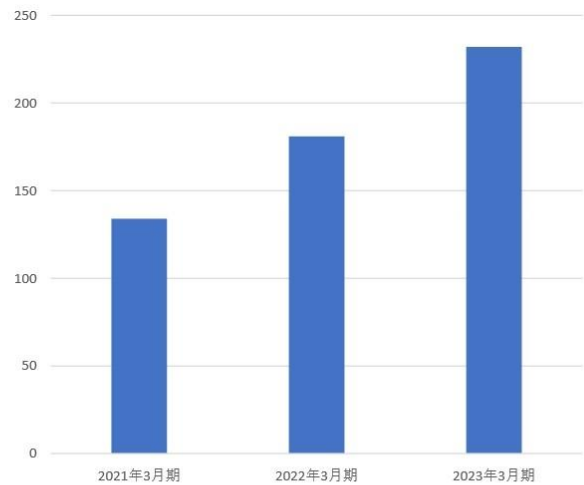
② ショールームの活用

ショールームとの連携

- ・前期リニューアルオープンした東京ショールームのほか、大阪ショールームにおいて催事との連携を図り、売上好調。
- ・具体的には、家具販売店、ハウスメーカーと連携した催事を当社ショールームにて開催し、**ショールームとしての効果を発揮**。
- ・名古屋ショールームにおいても同様に、得意先と連携した催事を取り込み、**好循環を作り出す**。

ショップ/ショールーム
年度別1Q売上高実績推移

(単位：百万円)



続きまして、16 ページでございます。

ショールームの活用で、ショールーム単独での利用だけではなくて、外部の取引先、あるいは関連業態との連携をした催事の実施といったところでも、ショールームの活用を図っていきたいと考えております。

現在、特にハウスメーカーさん辺りの外部催事は、非常に開催が難しい状況になっておりますので、そういったところの催事の回数を増やすといったところでも、ショールームの活用は十分に機能をしていくのではないかと考えております。

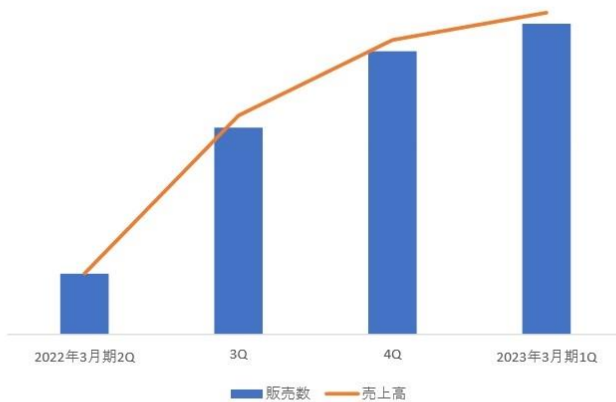
事実、厳しい中で、ハウスメーカーさん向けの売上が、何とか前年を維持できているのも、こういった取組みの一つの要因となっていると考えております。ショールームとの連携につきましては、取引先との連携によりメリットの共有、あるいは信頼関係の構築といったところにもつながっていくのではないかと考えております。



③ 製品開発への取組み

Serta Tradition「サータトラディション」の販売伸長

- ・従来品の「3ゾーン/5ゾーン」に比して、新たに3種類のポケットコイルを用いた「11ゾーン」のポケットコイル配列によるサータトラディション（詳細は、Appendix p29ご参照）は、2021年8月の発売以来順調に売上を伸ばす。



販売数・売上金額は非公表のため縦軸単位表記なし

- ・さらに、従来のカラーに下図の新生地を加えることで、売上伸長に加速度をつけるものです。



新たに加える新生地

続きまして、17 ページでございます。製品開発への取組みでございます。

当社は技術力、あるいは製造力を結集した新製品の開発を鋭意進めさせていただいております。

昨年8月に発売をいたしました、Serta Tradition（サータトラディション）につきましては、ご覧のグラフのように、2021年8月の発売以来、順調に売上を拡大いたしております。従来の当社の製品3ゾーン、あるいは5ゾーンに比して、新たな線種3種類を使用しました11ゾーンのポケットコイル配列によりますサータトラディションは、今までにない寝心地を実現できたと考えております。

あらためて今期につきましては、従来のカラーに加えまして、新たな生地の使用といったことでもいろいろな工夫を加えて、売上伸長に加速度をつけていきたいと考えております。



③ 製品開発への取組み

Serta Tradition Royal「サータトラディションロイヤル」

前ページのとおり、売上が伸びているサータトラディションシリーズの拡大策として、シリーズ最高峰モデル（サータトラディションロイヤル）を2022年5月より発売を開始。



サータトラディションに関して、
他社に対抗する製品の開発を今後も継続して取り組む。



dream bed

18

続きまして、18 ページでございます。

サータトラディションの販売好調に合わせて、今年度5月からは、トラディションシリーズの最高峰モデル、ロイヤルの開発もし、発売を開始いたしております。

最近の単価アップの傾向、あるいは富裕層需要の拡大といったところへの対応商品として考えておりまして、他社に十分対抗できる商品と考えております。今後もこういった商品の開発をさらに継続して取り組んでいきたいと思っております。



④ リーン・ロゼ販売好調維持

お家時間の見直し

- ・コロナ第7波を迎え感染拡大の中、巣ごもり需要は一巡してきているものの、**お家時間（住環境）を見直す需要は引き続き堅調であることから、リーン・ロゼショップへの来店件数は増加傾向にあり。**
- ・既存店では対前年同期比で二桁以上の伸び率。2021年12月にオープンしましたリーン・ロゼ福岡店においても、既存店を超える増加率。

ROSET TOGO（ロゼトーゴ）の販売増加

- ・上述のとおりお家時間（住環境）を見直す需要とともに、**パーソナルスペースを持ち、個人の時間を尊重する傾向から、リーン・ロゼ主力商品であるROSET TOGO（右写真ご参照）の販売が増加。**



dream bed

19

続きまして、19 ページでございます。リーン・ロゼの好調維持ということでございます。

現在、コロナの第7波を迎えまして、感染拡大が続いておりますが、行動制限がない環境下での消費分散といった問題も起きております。そういったものもありまして、巣ごもり需要が一巡したと言われておりますが、われわれが見ておりますリビングを中心とした住環境の改善、おうち時間の見直しといった需要につきましては、引き続き非常に根強い需要があると考えております。

それに合わせまして、昨今の世界的な物流の混乱、あるいはインフレによります商品物価の高騰といったことがありまして、国内産のメリット、こういったものが徐々に高まってきていると思います。特に品質、納期の部分での評価が非常に高まっていると感じておりまして、そういった効果でリーン・ロゼの販売が好調を維持できていると考えております。

既存店の来店客を見ても、対前年比で比べますと二桁の伸び率となっております。併せて、2021年12月にオープンしましたリーン・ロゼ福岡につきましては、従来の既存店を超える増加率となっております、売上も大変好調に推移をいたしております。

併せて、商品ですけれども、ロゼのトーゴという商品がございますが、発売以来40年を経過した商品ですが、現在も売筋商品となっておりますが、このロゼのトーゴが非常に今、売れ行きが良くなっております。これは、要因としましては、先ほどもご説明をいたしました、おうち時間の見直

しといった問題の中で、パーソナルスペースをもって個人の時間を尊重する傾向といったことが、このロゼ、トーゴがぴったりと合う商品ということでのご評価をいただいての販売拡大になっているのかなと感じております。

非常にわれわれが思う以上に販売が拡大をいたしておりまして、生産について苦慮している状況も一部ございます。今後、下期にかけての売上拡大の大きな要因になってくれるのではないかと考えております。



3. 2Q及び通期業績予想・配当予想

業績予想

- ・前第2四半期と比して東京ショールーム開設に伴う広告宣伝費支出（テレビCM）は、今期名古屋ショールーム開設では計画しておらず、また原材料高騰の影響には売値値上げにて対応することから、**当第2四半期及び通期業績予想に変更ございません。**

（単位：百万円）

	2023年3月期 2Q業績予想	通期業績予想
売上高	4,750	10,100
営業利益	294	750
経常利益	286	732
当期純利益	198	505

続きまして、第2四半期及び通期の業績と配当予想でございます。21ページをご覧ください。まず、業績予想でございます。

今期の第2四半期の業績予想は、売上高47億5,000万円、営業利益2億9,400万円、経常利益2億8,600万円、当期純利益1億9,800万円を予定いたしております。

また、通期につきましては、売上高101億円、営業利益7億5,000万円、経常利益7億3,200万円、当期純利益5億500万円を予定いたしております。

第2四半期につきましては、経費面では、先ほども少し説明をさせていただきましたが、東京ショールームのオープンに合わせて戦略的な経費投入を前期はいたしました。こちらの効果の検証

を十分にさせていただく中で、今期、名古屋のショールーム開設に当たりましては、宣伝広告の経費を節約をするといった取組みさせていただいております。名古屋のショールームにつきましては、地域紙、あるいは雑誌、パブリシティ広告をメインに費用の抑制を図っております。

ただ、ショールーム自体のいろいろな機能の部分への費用投入はいたしております、お客様に十分そういったところは感じ取っていただける、ショールームとして活用ができていくと思っております。

また、同時に原材料高騰の影響でございますが、この第1四半期、第2四半期につきましては、一定の影響が出たということは否めないと考えております。ただ、第2四半期、及び通期につきましては、今後製品の売値上げということで対応をしていきたいと考えております。9月から10月にかけて値上げを実施してまいります。この値上げによりまして、粗利益率の改善を図りたいと考えております。

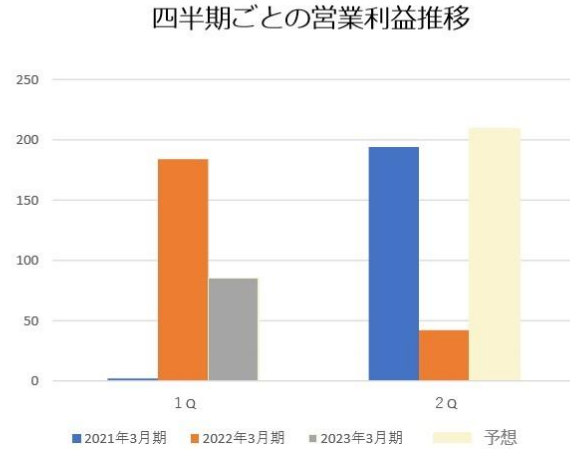
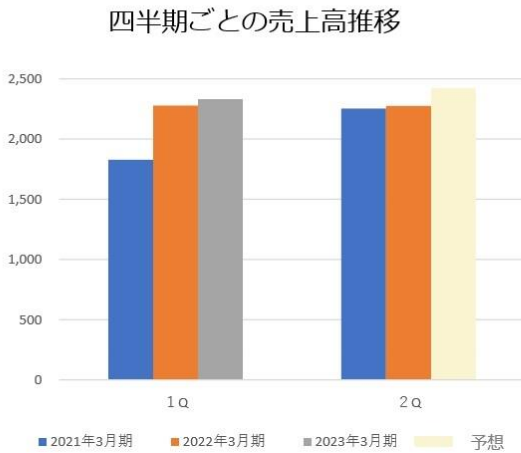
全ての高騰部分を吸収することは難しいかも分かりませんが、極力吸収できるような値上げ、あるいは販売対策を講じることで、利益影響を最小限に抑えていきたいということでございます。商品値上げにより粗利益の改善と販売促進、あるいは広告宣伝の費用の抑制といったことを中心としました経費の節約にも取り組むことで、利益の確保を図るということで、第2四半期ならびに通期業績の予想につきましては変更をいたしておりません。



3. 2Q及び通期業績予想・配当予想

1Q及び2Qの進捗

(単位：百万円)



売上高進捗	1Q進捗率	通期(百万円)
2021年3月期	20.4%	8,976
2022年3月期	24.1%	9,452
2023年3月期	23.1%	10,100 (予想)

営業利益進捗	1Q進捗率	通期(百万円)
2021年3月期	0.3%	704
2022年3月期	28.4%	648
2023年3月期	11.3%	750(予想)

dream bed

22

続きまして、22 ページをご覧ください。第2 四半期及び通期業績予想でございます。まず、第1 四半期及び第2 四半期の進捗状況でございます。

まず、売上でございますが、第1 四半期は例年と比較をしてみますと、左下の図にありますように、ほぼ例年と近い達成率となっております。大きな変化はございません。

第2 四半期につきましても、現状、ほぼ同様の動きになるという予測をいたしております。右側になりますけれども、営業利益の第1 四半期、第2 四半期の進捗でございます。まず、第1 四半期でございますけれども、2021 年3 月期は0.3%ということで、非常に低い進捗率となっておりますが、こちらはご存じのように、コロナの拡大が始まりまして、緊急事態宣言が4~5 月という形で実施をされた影響が色濃く出ております。こういったものがございましたけれども、後半にかけましては急激な改善ということで、最終的な利益の確保はできてきました。

2020 年3 月期につきましても、第1 クォーターでの進捗率が28.4%ということで、ほぼ通期の売上の見通しが立てられる状況であったと思っております。23 年、今期でございますが、11.3%ということで、少し進捗率が落ちておりますけれども、こちらは先ほど説明させていただきました原材料の高騰が大きく影響をいたしておりますが、今後、第2 四半期及び下期にかけまして、商品値上げの対応いたしますので、こちら也十分改善はできていくと思っております。

第2四半期の利益ですが、進捗で、昨年度2022年3月期の進捗が非常に低いグラフになっておりますけれども、こちらは昨年の東京ショールームの新設に合わせまして、広告宣伝費の戦略投入を行った関係、約1億円がございまして、こういった影響が色濃く出ております。今期は、こういったものがほとんどありませんので、利益改善は十分にできていくと考えております。



3. 2Q及び通期業績予想・配当予想

配 当

- ・発表しております配当予想につきましては、
現在のところ下記のとおりで予定しております。

期	22/3期			23/3期		
	中間	期末	合計	中間	期末	合計
配当金	0円	25円(注1)	25円	15円	15円	30円
配当利回り(注2)	3.5%			3.8%		
配当性向(注3)	22%			25%		

※注1)上場記念配当5円含む

※注2)配当利回り：22/3/31時点株価、22/8/19時点株価より

※注3)配当性向：23年3月期当社業績予想より

続きまして、23ページでございます。配当予想でございます。

配当ですが、2022年3月期につきましては、ご存じのように中間期の配当は行いませんでしたが、期末に25円の配当をさせていただきました。通常配当に加えまして、上場記念の5円を付加することで、合計25円の配当をいたしました。利回りは3.5%、配当性向は22%でした。

今期につきましては、現状、中間配当15円、期末配当15円、合計で30円の配当を予定いたしております。配当利回りは3.8%、配当性向が25%の予想でございます。こちらの配当性向につきましても、今後、着実に改善をしていきたいと考えております。



4. トピックス

プライベートサロン

- ・さらに上質なリーン・ロゼショップを目指して、お客様にフロアを貸切りでご案内する、新たなコンサルティングサービスとしてのプライベートサロンを、2022年6月より、リーン・ロゼ銀座店にて開始。
- ・コロナ禍において**完全予約制**とすることでお客様に**安心感**を与え、**来店数増加**に伴う売上高上昇を見込む。



dream bed

25

続きまして、トピックスでございます。25 ページをご覧ください。

現在、ロゼの販売が非常に好調ということでございます。特に直営のリーン・ロゼのショップの売上は好調でございます。こういったところを受けまして、今期、6月から、さらに上質なリーン・ロゼショップを目指しまして、お客様にフロアを貸し切ってご案内いたします。

新たなコンサルティングサービスとしまして、プライベートサロンの展開をしていきたいと思っております。まずはリーン・ロゼの銀座店での開始を行っております。これらの環境下におきまして、完全予約制とすることで、お客様に安心感を与え、来店客数の増加に伴います売上を見込んできましたけれども、成約率のアップといった実質的な効果も表れております。現在の富裕層向けの高単価の商品、こういったものの販売をさらに拡大する効果が十分にあると期待をいたしております。

以上で説明を終わらせていただきます。

質疑応答

司会 [Q]：それでは、これより質疑応答に移らせていただきます。ご質問はございますでしょうか。

まず、最初のご質問を読み上げさせていただきます。サータ売上は非公表とのことですが、今期も同様の伸び率を見ておられますでしょうかというご質問でございます。

小出 [A]：ご質問にお答えさせていただきます。サータにつきましては、先ほどの資料の中でもご説明をさせていただきました。現在当社は、サータのブランド戦略を強力に推進させていただく中で、デジタルマーケティングの施策が3年を過ぎまして、効果が徐々に表れてきております。

それに加えて、今期はサータのスリープサイト、をあるいはECモールへの出店といったことを背景といたしまして、リアルの売場の改善、あるいはECサイトでの新たな需要の取り込みができていくと考えておまして、現在の成長をさらにスピードアップできていくのではないかと期待を持っておりますので、また皆様方にもしっかり期待をしていただけたらと思います。よろしくお願いたします。

司会 [Q]：続きまして、第1四半期は利益の進捗が低く、原材料高騰の他、販管費増加もあるようですが、通期にかけてキャッチアップするということでしょうかというご質問でございます。

小出 [A]：確かに第1四半期につきましては、原材料高騰の影響は色濃く出ました。その関係で利益が前期に比べまして大きく減少するという状況にはなっておりますけれども、先ほどもご説明いたしましたように、商品値上げを対応いたします。特に高価格帯ライン、こういったものの値上げをしていくことによりまして、利益率の改善が従来以上にできていくのではないかと大きく期待をいたしております。足元の富裕層向けプレミアムラインの商品の拡販は、先ほどのトラディションの売上辺りを見ても、かなり色濃く出ていると思います。

そういったものを背景としまして、売上高の拡大も当然しますけれども、利益率の改善を今回は重視をして取組みをさせていただいております。

また、経費につきましては、いろいろな人件費の増加、あるいは一般管理費の増加といった問題はございますけれども、前期、戦略的な投入をいたしました広告宣伝費の抑制といったところを強力に取組みをいたしておりますので、こちらで大きな経費削減の効果が出ると思います。そういったものを背景としまして、前期以上の利益確保は現時点でできるとわれわれは思っておりますので、よろしくお願いたします。

司会 [Q]：次のご質問です。サータトラディションは、消費者に何が受けているとお考えでしょうかというご質問でございます。

小出 [A]：サータトラディションにつきましては、当社が持ちます技術力、製造力、こういったものを結集した商品となっております、製造します機械につきましても、製造メーカーとのコラボレーションで開発をした機械を使っております。当社にしかつくれない商品ということで、お客様からは非常に柔らかいけれども、しっかりと体を支えてくれる感覚が持てるということで、非常に多くのお客様に寝心地を感じ取っていただける商品ということで売上好調になっている要因かと思えます。

また、先ほどもご説明しました、今年6月にはサータのトラディションの最高級ラインでありますロイヤルの発売もいたしております。こちらについては、さらに寝心地をアップできるような、いろいろな体圧分散機能、そういったものを持ちながら、サータトラディションをさらに改良した商品となっております、上位層のお客様、あるいは眠りに非常にこだわったお客様に買っていただける商品になっていると、われわれも自信を持って市場に提供させていただいております。ぜひ一度、ご体感をしていただけたらと思えます。

司会 [M]：質問は以上でございます。

それでは、お時間になりましたので、ドリームベッド株式会社、2023年3月期第1四半期決算説明会を終了させていただきます。

本日はご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

小出 [M]：ありがとうございました。

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。