

2021年5月20日

各位

会社名 ドリームベッド株式会社  
代表者名 代表取締役社長 小出 克己  
(コード番号:7791 東証市場第二部)  
問合せ先 取締役管理本部長 峰岡 道男  
(TEL. 082-271-4201)

### 2022年3月期の業績予想について

2022年3月期(2021年4月1日～2022年3月31日)における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】

(単位:百万円・%)

項目	決算期	2022年3月期 (予想)		2021年3月期 (実績)			2020年3月期 (実績)		
		対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率			
売上高		9,612	100.0	7.1	8,976	100.0	△10.5	10,034	100.0
営業利益		683	7.1	△3.0	704	7.9	45.3	484	4.8
経常利益		703	7.3	△3.6	730	8.1	55.6	469	4.7
当期純利益		485	5.1	△6.9	521	5.8	57.3	331	3.3
1株当たり当期純利益		122円64銭		161円39銭			164円26銭		
1株当たり配当金		20円00銭		0円00銭			0円00銭		

- (注) 1. 当社は連結財務諸表を作成しておりません。  
2. 2020年3月期(実績)及び2021年3月期(実績)の1株当たり当期純利益は期中平均発行済株式数により算出し、2022年3月期(予想)の1株当たり当期純利益は公募予定株式数(860,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出しております。  
3. 2021年3月7日付で、普通株式1株につき20株の株式分割を行っております。上記では、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算出しております。  
4. 2021年5月13日開催の取締役会において承認された2021年3月期の財務諸表は、「財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」(昭和38年大蔵省令第59号)に基づいて作成しておりますが、金融商品取引第193条の2第1項の規定に基づく監査は未了であり、監査報告書は受領しておりません。

ご注意:

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2021年5月20日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

## 【業績見通しの策定根拠】

### (1) 当社グループ全体の見通し

当社は、「夢をはぐくむひとりひとりに、快適で美しい暮らしを提供します」の基本理念のもと、常に時代の先を読み、お客様のニーズに応えられる新たな「空環」創りを目指しています。

また、技術力、製品力、企画力及び提案力をみがき、ベッド・リビングソファ・インテリア用品の高品質な製品をお客様に提供することで、社会に貢献すると共に売上・利益の増大と経営効率の向上を図ることを経営方針としています。

当社の主力製品であるマットレス及びベッドフレームは、主に家具・インテリア業界で活用されております。ブランドとしては自社ブランドである「dream bed(ドリームベッド)」「WATER WORLD(ウォーターワールド)」、海外提携ブランドである「Serta(サータ)」「ligne roset(リーン・ロゼ)」「ruf(ルフ)」を有しております。

マットレス市場環境は、少子高齢化・人口減少に伴い、新規・買替え需要の消費者獲得をかけた競争が激化しており、さらに製造小売業(SPA)の台頭等も加わり、より一層の競争力強化が要求される市場環境となっております。このような市場環境下において、自社製品の優位性・ターゲット・ポジショニングを明確化し、インターネットや既存メディア、イベントを組み合わせるマーケティング活動を最適化して、強いブランドアイデンティティを創造・構築することで、ブランドイメージの醸成と、ブランド認知度の向上に努めてまいります。

具体的には、米国の有名ブランドである Serta(サータ)の認知度をさらに向上させることによる潜在需要の掘り起こしのため、マーケティング施策の効果を高めてまいります。加えて 2022 年3月期においては、Serta(サータ)ブランディングの発信基地とすることを目的に、現東京ショールームをその旗艦店として増床することを計画しております。また、「ligne roset(リーン・ロゼ)ブランド」においても販売拡大余地のある福岡にリーン・ロゼ新店を開設する計画です。

一方、新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)の影響により 2020 年東京オリンピック、パラリンピックの開催は延期を余儀なくされ、インバウンドにて訪日外国人観光客の増加が見込まれていた効果の回復にはなお時間を要するものと想定されます。これに伴い、ホテル向け需要も大幅な減速を強いられることになり、当社のホテル向け営業活動は維持しつつも、新たに商業施設(レストラン・ブライダル・ロビー等)向けに「ligne roset(リーン・ロゼ)ブランド」のソファ、テーブル等の製品の拡販を図るために前述の東京ショールームにてホテル向け関連製品の展示を拡充します。さらに、新たにレストラン・ブライダル・ロビー等向けに拡販していく中で「ligne roset(リーン・ロゼ)ブランド」製品のブランド力のさらなる強化を図り、さらなる業容拡大を企図します。また、商業施設において設計を手掛ける大手設計・デザイン事務所がスペックやデザインを企画・立案していく段階から当社が主体的に関わっていき、商業施設に最も適する「ligne roset(リーン・ロゼ)ブランド」製品等、施設のコンセプトに沿った空間提案を行っていくことで、一括受注を獲得できるよう大手設計・デザイン事務所と連携して、施主に対し積極的に営業・提案をしていく方針です。

### (2) 業績予想の前提条件

2022 年3月期は、マーケティング施策による Serta(サータ)認知度の向上及び下述の各施策を主因として、売上高 9,612 百万円(前期比 7.1%増)、営業利益 683 百万円(前期比 3.0%減)、経常利益 703 百万円(前期比 3.6%

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2021 年 5 月 20 日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

減)、当期純利益 485 百万円(前期比 6.9%減)を計画しております。

#### ① 売上高

当社の販売経路は「家具販売店向け」と「商業施設向け」「ショップ/ショールーム」「ハウスメーカー向け」「その他」に区分されます。

「家具販売店向け」では全国の家具販売店に当社製品を販売し、各販売店において一般消費者へ販売がなされます。当社が取引をしている家具販売店は長年の取引をしている先が多く、取引を通じて信頼関係をさらに深耕するとともに、新規取引先の開拓にも注力しております。

計画策定に際してはKPIとして、取引先である家具販売店ごとに、当該販売店の売り場において展示される当社の製品数とその回転率、及び平均単価を個別に検討しており、前期実績の1年間平均と2022年3月期における営業施策を考慮して各KPIを決定しております。展示台数×回転率×平均単価の算式により、取引先ごとに算出した金額を合計して最終的な売上高を策定しております。2020年3月期より、特に回転率を向上させるべく当社の主力ブランドであるSerta(サータ)のマーケティング施策に注力しております。

具体的には、戦略製品に関するデジタル広告を配信することで、ブランドプロモーションサイトにアクセスした「Serta(サータ)」に興味を持つお客様が、製品内容、仕様、デザインを見て店舗に来店し体感することで、製品購入を促進するものであり、2021年3月期において本取り組みを継続しております。2022年3月期では広告宣伝費を336百万円(前期比32.7%増)とし、本取り組みをさらに推進する方針であり、Serta(サータ)ブランド製品を中心とした販売増加を見込んでおります。加えて、Serta(サータ)創業90周年記念モデル、国内有名ラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画、2021年3月期より展開しております戦略製品「ペアリングツイン」(注)によりマットレスの販売増加を見込んでおります。また、関東圏における富裕層をターゲットにTVCMも試験的に実施し、より一層の認知度の向上を図ります。以上により、「家具販売店向け」は前年同期比で増収を見込んでおります。

「商業施設向け」ではホテル等の商業施設に対して当社の製品を直接販売しております。主要都市やリゾート地で展開する大型ホテルから宿泊特化型など比較的小規模のホテル等あらゆる取引先及び消費者のニーズを実現すべく、ホテルや商業空間のベッド・インテリアについて企画段階から参加し提案から施工までプロジェクト全体をプロデュースしております。ラグジュアリーホテルでの採用実績も積み重ねております。

特にホテル向けについては、当社目論見書「事業等のリスク」にも記載のとおり、インバウンド効果の回復にはなお時間を要すると想定されますが、当初2021年3月期に予定したものの延期となった案件に加え、新たに案件化したものの売上を見込んでおります。計画策定に際しては取引先を過去の取引実績及び定性情報に応じて4区分にランク分けしております。また、各ランクの計画策定時における直近3ヶ月実績を分析し、ランクごとに受注率を算出しております。営業部門が作成した2022年3月期の想定案件約300件の想定売上金額に当該受注率をそれぞれ乗じて、最終的な売上高を算出しております。

「ショップ/ショールーム」では、「リーン・ロゼショップ」とショールームの2つがあります。「リーン・ロゼショップ」では、東京都に3店舗(港区六本木、中央区銀座、新宿区新宿)、大阪府に1店舗(大阪市中央区)展開しており、来店した一般消費者への直接販売をしております。ショールームでは、広島県(広島市西区)、東京都(渋谷区渋谷)、大阪府(大阪市中央区)に開設している当社ショールームに来店した一般消費者に専門の業者を通じて販売してお

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2021年5月20日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

ります。

各ショップ・ショールームの売上高はKPI(来客数、成約数、顧客単価)、及び前期実績の1年間平均数値からの伸長率、達成率にて積み上げるといった考えに基づいて算出しております。コロナ禍においても繰越需要や巣ごもり需要に加え、三密回避のための来店予約制を取り入れ安全性をアピールしたところ、成約数が増加しております。2022年3月期は引き続き成約数が伸びるとともに、東京ショールームの増床及びリー・ロゼ福岡店の開設により前年同期比で増収を見込んでおります。

「ハウスメーカー向け」では、ハウスメーカーが主催した催事に来場した一般消費者にハウスメーカーを通じて販売しております。当社商品のマットレス、ベッドフレーム及び「ligne roset(リー・ロゼ)」の商品を催事に展示頂けるよう営業活動を行っております。モデルルーム展示商品としての採用依頼や、ハウスメーカー向けフェアに出展する等、それぞれの住宅に適した商品を提案・販売する活動をしております。

売上高は前年実績に基づき、各ハウスメーカーとの催事計画における販促施策や企画により積み上げるといった考えに基づいて算出しております。コロナの影響により2021年3月期の上期においては催事の中止が相次ぎましたが、下期においては徐々に催事が再開されており、2022年3月期は前期に比べて催事の開催が増加する見込みであることから、売上の回復を見込んでおります。

「その他」は、主にベッド製造メーカー向けのOEM商品の販売及び一般消費者向けのウォーターベッドの設置料やアフターメンテナンス等であり、過去実績に基づき算出しておりますが、コロナ禍においてはお客様へのウォーターベッド訪問サービス自粛により、売上が減少する見込みです。

以上より、各部門個別に積み上げて算出した売上高は9,612百万円(前期比7.1%増)を予想しております。売上構成としては「家具販売店向け」7,405百万円(前期比4.7%増)、「商業施設向け」1,025百万円(前期比24.7%増)、「ショップ/ショールーム」710百万円(前期比1.3%増)、「ハウスメーカー向け」340百万円(前期比46.2%増)、「その他」132百万円(前期比11.3%減)を見込んでおります。

(単位:百万円・%)

販売経路別	2022年3月期売上高	対前期増減率
家具販売店向け	7,405	4.7
商業施設向け	1,025	24.7
ショップ/ショールーム	710	1.3
ハウスメーカー向け	340	46.2
その他	132	△11.3
合計	9,612	7.1

(注) シングルマットレス2台を接して並べその隙間にペアリングパッドを置き、1枚の大きなボックスシートで覆い、ダブルでもない、ツインでもない一つのベッドに二つの寝心地を実現した Serta(サータ)から提案する新たな眠りのカタチ。

ご注意:

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2021年5月20日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

## ② 売上原価・売上総利益

売上原価につきましては、原材料費、仕入原価、減耗損、製造経費及びロイヤリティー料の積み上げにより算出しております。原材料費及び仕入原価は、売上計画に相当する前年実績から見込まれる製品、商品区分毎の原材料費率及び仕入原価率から原価予算として算出しており、前期と比べ売上の増加に伴い 2022 年3月期の原材料費及び仕入原価は 3,345 百万円(前期比 6.2%増)を見込んでおります。減耗損は過去実績直近2年分から見込まれた棚卸の陳腐化による廃棄を予算化しておりますが、廃棄ロスの削減により今後通減させる計画であり、2022 年3月期においても通減分を織り込んでおります。

製造経費はその主なものとして、労務費、減価償却費からなっております。労務費については、各部門より提出された人員計画(新卒、中途採用含む)を基に、組織編成、人事異動を反映したうえで、直近の給与額をベースに4月の昇給に加え、社会保険、通勤費、残業、法定福利費、福利厚生費、賞与、退職金を加えて算定しております。期末人員6名増加、ベースアップ等により 2022 年3月期の労務費は 691 百万円(前期比 3.9%増)の見込みです。

減価償却費については、現在保有している固定資産の減価償却費に、取得予定の固定資産の減価償却費を加味して算出しております。新たに導入する機械設備分にて 2022 年3月期の減価償却費は 111 百万円(前期比 5.7%増)の見込みです。

ロイヤリティー料は、海外提携ブランドに対して同ブランドの製品を販売した際に支払いが発生します。各ブランドの契約に基づき、製品の販売実績に応じた料率を乗じた金額のほか、一定額の最低金額等各ブランドの算出条件に従い予算化しております。販売金額の増加及び一部のブランドにおける料率の改定により 2022 年3月期のロイヤリティー料は 225 百万円(前期比 7.8%増)の見込みです。

その他製造経費は、生産本部にて商品企画部からの売上数量計画より生産計画を立案し、各工場における固定的経費も過去実績直近2年分から予算化しております。

以上の結果、2022 年3 月期における売上原価は 4,540 百万円(前期比 6.7%増)、売上総利益は 5,071 百万円(前期比 7.4%増)を見込んでおります。

## ③ 販売費及び一般管理費・営業利益

販売費及び一般管理費についても、各部門別・勘定科目別、月別に過去実績直近2年分並びに部門毎の施策を織り込んだ経費計画の積み上げにより算出しております。販売費及び一般管理費の主なものは、人件費、流通費、通信旅費、広告宣伝費、地代家賃となっております。

人件費については労務費同様、各部門より提出された人員計画を基に積み上げにより算出しており、期末人員 13 名増加、ベースアップ等により 2022 年3月期は 1,618 百万円(前期比 3.6%増)の見込みです。

流通費は、売上計画に対する各部門、各営業所における過去実績直近2年分の年間平均比率より算出しております。運送業界における運賃値上げについては現時点では想定されないため織り込んでおりません。当社目論見書「事業等のリスク」にも記載のとおり、コロナが流行した場合には、取引先小売店舗の休業や営業時間の短縮、消費者の外出自粛等から販売機会が失われる可能性があります。コロナが2022 年3月期には収束していくことを前提に経済活動が回復していくに伴い 2022 年3月期の流通費は 945 百万円(前期比 10.3%増)の見込みです。

通信旅費は、2021 年3月期コロナ禍にて営業活動の自粛により支出が減少しましたが、2022 年3月期は流通費

ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2021 年5月20日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

同様に経済活動が回復していくに伴い、184 百万円(前期比 22.1%増)の見込みです。

広告宣伝費は、引き続きデジタル広告による出稿及び東京ショールームの増床、リーン・ロゼ新店開設に伴う広告増加に加え、関東圏における TVCM の実施計画により、336 百万円(前期比 32.7%増)の見込みです。

地代家賃は、東京ショールームの増床及びリーン・ロゼ新店の開設に伴う増加により 294 百万円(前期比 13.9%増)の見込みです。

以上の結果、2022 年3 月期における販売費及び一般管理費は 4,387 百万円(前期比 9.3%増)、営業利益は 683 百万円(前期比 3.0%減)を見込んでおります。

#### ④ 営業外損益・経常利益

営業外収益は主に受取利息及び保有株式の受取配当金のほか、現在付保しております役員保険の解約返戻金を予算化しております。営業外費用は、上場関連費用のほか、借入・返済計画を基にした支払利息、雑損失としてクレーム経費及び借地の原状回復費用を過去実績より予算化しております。

以上の結果、2022 年3 月期における営業外収益は 65 百万円(前期比 50.0%増)、営業外費用は 45 百万円(前期比 147.3%増)、経常利益は 703 百万円(前期比 3.6%減)を見込んでおります。

#### ⑤ 特別損益・当期純利益

特別利益及び特別損失の計上は見込んでおりません。

以上の結果、2022 年3 月期における当期純利益は 485 百万円(前期比 6.9%減)を見込んでおります。

#### 【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は、様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

以上

#### ご注意：

この文章は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。2021 年5 月20 日の当社取締役会において決議された当社普通株式の募集及び売出しへの投資判断を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(及び訂正事項分)は引受証券会社より入手することができます。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なる場合があります。