



# ドリームベッド株式会社 (7791)

2025年3月期第2四半期決算説明資料



2024年11月21日

dream bed



# 目次

1.	第2四半期の業績概要	P. 4
2.	第2四半期業績予想と実績値との差異	P. 11
3.	成長戦略の進捗	P. 15
	■ 上期の取組み施策 (アリウム、リーン・ロゼキャンペーン、コラボレーション企画、 スイート、名古屋ショールームオープン)	
	■ 下期の取組み施策	
	① マルチブランド戦略の強化拡大 (PureDream、D-Rise、CRM)	
	② 販売チャネルの強化拡大 (オンラインショップ、ロゼカシマ、 大阪ショールーム、リーン・ロゼ大阪リニューアル)	
4.	中期経営計画3年目に向けて	P. 30
5.	Appendix	P. 33

## ① 第2四半期の業績概要

リン・ロゼ商品の販売好調が大きく牽引、商業施設向けも大口受注獲得で伸長、家具販売店向けは新規投入モデルを中心に増収。上場後以来最高の売上高及び利益達成。

## ② 通期業績予想

下期も業績は順調に推移しているため、来期予定を前倒しして大阪ショールーム及びリン・ロゼ大阪のリニューアルなどを行うこととし、工事期間の減収や経費発生を見込んで、通期業績予想は据え置きとした。

## ③ 成長戦略の進捗

新商品販売、新ブランドの開拓、大阪のショップやショールームリニューアル前倒し実施、自社ECサイト開設、CRMによる顧客リレーション強化などにより着実に成長戦略を実施中。

## ④ 中期経営計画3年目に向けて

前期売上高97億円にとどまったが、今期売上高予想を105億円と大幅増収見込み、中期経営計画最終年度の来期売上高110億円に向けて着実に推移している。

# 1. 第2四半期の業績概要



# 1. 第2四半期の業績概要

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

当第2四半期における売上高は、家具販売店向けにおけるマットレス新商品、及びショップ/ショールームにおけるリーン・ロゼ各商品の販売好調に加えて、商業施設向けでの需要回復により、全社として**5,379百万円（対前年同期比+17.7%）**となり、これに伴い各利益はそれぞれ**対前年同期比で大幅に増加**。

なお、**売上高、各利益は中間期として上場後最高値を計上**。

## 損益計算書

（単位：百万円）

	2024年3月期 2Q実績	2025年3月期 2Q実績	増 減	増減率
売上高	4,572	<b>5,379</b>	<b>+807</b>	<b>+17.7%</b>
営業利益	74	<b>290</b>	<b>+216</b>	<b>+288.6%</b>
経常利益	174	<b>278</b>	<b>+104</b>	<b>+59.7%</b>
中間純利益	111	<b>185</b>	<b>+ 74</b>	<b>+66.1%</b>

※営業利益と経常利益の増減率の乖離要因は、前年度、保険解約返戻金108百万円を営業外収益に計上したことによるもの（実質は経常利益対前年同期比+212百万円、増減率+321.1%）。

# 1. 第2四半期の業績概要

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

## 販売経路別売上高の増減理由

(単位：百万円)

	2024年3月期 2Q実績	2025年3月期 2Q実績	増減	増減率
家具販売店向け	3,456	3,934	+477	+13.8%
商業施設向け	329	536	+206	+62.6%
ショップ/ショールーム	594	728	+133	+22.3%
ハウスメーカー向け	130	121	△8	△6.1%
その他	61	60	△1	△1.6%
合計	4,572	5,379	+807	+17.7%

### 【家具販売店向け】

- ・家具販売店への集客は回復途上にあり、マットレスにおいてはサータの**各新商品の販売増加**、並びに引き続きラグジュアリーホテルとのコラボレーション企画が対計画比で増加。  
さらに**リーン・ロゼ各商品の販売も対前年比で大幅に伸長**。

### 【商業施設向け】

- ・**ホテルのリニューアルや新規案件への投資需要は旺盛**で、受注増加の基調は変わらない中、大口案件の獲得も奏功。

# 1. 第2四半期の業績概要

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

## 販売経路別売上高の増減理由

(単位：百万円)

	2024年3月期 2Q実績	2025年3月期 2Q実績	増減	増減率
家具販売店向け	3,456	3,934	+477	+13.8%
商業施設向け	329	536	+206	+62.6%
ショップ/ショールーム	594	728	+133	+22.3%
ハウスメーカー向け	130	121	△8	△6.1%
その他	61	60	△1	△1.6%
合計	4,572	5,379	+807	+17.7%

### 【ショップ/ショールーム】

- ・主力商品であるROSETTogo（ロゼトーゴ）、ROSETCalin（ロゼカラン）、ROSETPrado（ロゼプラド）の販売が好調であることに加え、新設のリーン・ロゼ名古屋（2024年6月～）も売上伸長に寄与。

### 【ハウスメーカー向け】

- ・ショップ/ショールームとの連携を進めるも、販売催事の回復の遅れにより微減。今後営業先を戸建てメーカーにも広げ回復を目指す。

# 1. 第2四半期の業績概要

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

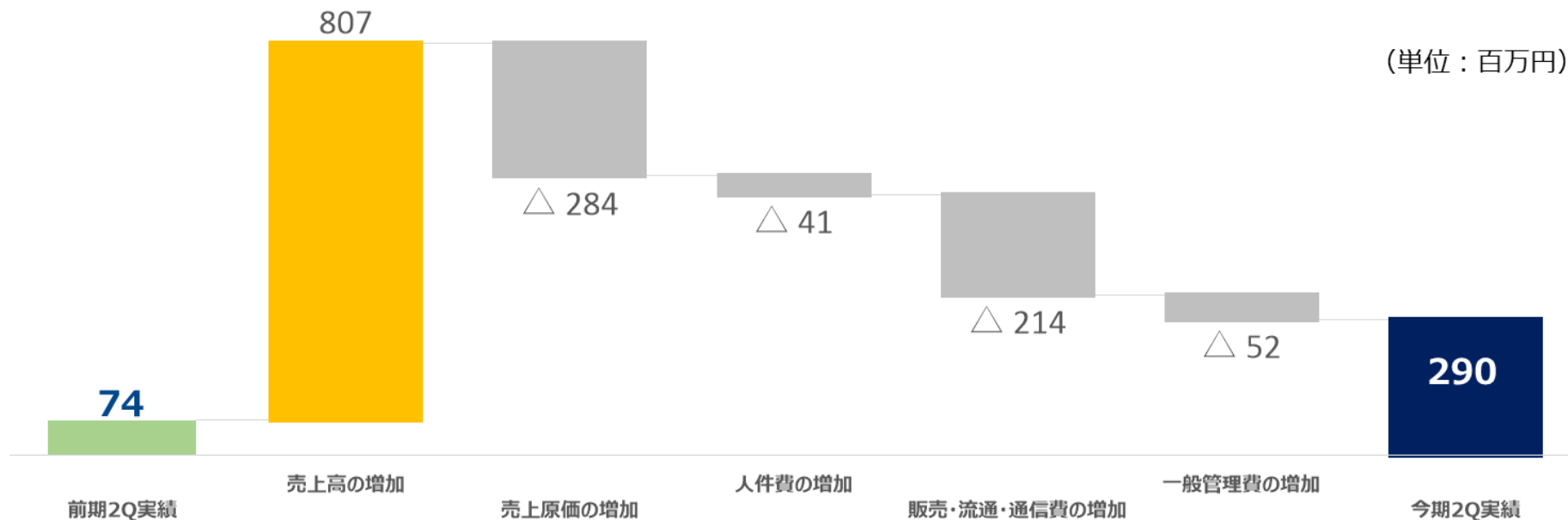
中計施策

## 営業利益の増減

(単位：百万円)

	2024年3月期 2Q実績	2025年3月期 2Q実績	増減	増減率
営業利益	74	290	+216	+288.6%

- 前年同期比で売上高が大幅に増加。それに伴う売上原価の増加のほか、人的資本投資としての  
人件費、販売増による流通費のほか広告宣伝費、東京支店など地代家賃、及び基幹システム  
関連経費などが増加したものの、**営業利益は対前年同期比216百万円増加。**





# 1. 第2四半期の業績概要

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

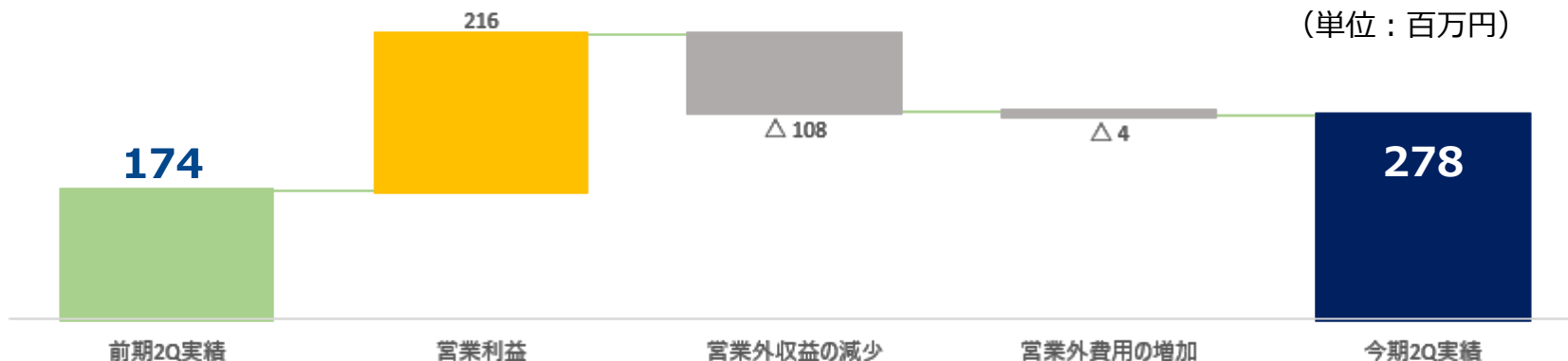
## 経常利益／中間純利益の増減

(単位：百万円)

	2024年3月期 2Q実績	2025年3月期 2Q実績	増減	増減率
経常利益	174	<b>278</b>	<b>+104</b>	<b>+59.7%</b>
中間純利益	111	<b>185</b>	<b>+ 74</b>	<b>+66.1%</b>

### 【経常利益】

- ・ 営業利益の増加を主因に、**対前年同期比104百万円増加。**



営業外収益の減少(△108百万円)は、昨年度役員保険の解約返戻金を計上したことによるもの。

### 【中間純利益】

- ・ 経常利益の増加を受け、**対前年同期比74百万円増加。**

# 1. 第2四半期の業績概要

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

## 貸借対照表

(単位：百万円)

	2024年3月期末	2025年3月期 2Q末	増 減	主 な 要 因
流動資産	4,064	<b>3,862</b>	△201	商品及び製品+123、売掛金△162、 受取手形△101
固定資産	6,697	<b>6,687</b>	△9	ソフトウェア+57、建物・機械△74
資産合計	10,761	<b>10,550</b>	△211	
流動負債	4,231	<b>4,071</b>	△160	短期借入金+243、未払い消費税等+87、 支払手形△316*、未払金△215 *下請法に対応した手形サイト短縮によるもの
固定負債	2,308	<b>2,153</b>	△155	長期借入金△100、長期未払金△51
負債合計	6,540	<b>6,224</b>	△316	
純資産 (自己資本比率)	4,221 (39.2%)	<b>4,325</b> <b>(41.0%)</b>	<b>+104</b> <b>(+1.8%)</b>	純利益+185、配当金△65
負債・純資産 合計	10,761	<b>10,550</b>	△211	

## 2. 第2四半期業績予想と実績値との差異



## 2. 予想と実績値との差異

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

### 業績予想と実績値との差異

(単位：百万円/%)

	2Q業績予想 (上方修正後)	2Q実績	増 減	増減率	進捗率 (対通期)	通期業績予想 (上方修正後)
売上高	5,200	<b>5,379</b>	<b>+179</b>	<b>3.4%</b>	<b>51.2%</b>	<b>10,500</b>
営業利益	190	<b>290</b>	<b>+100</b>	<b>52.6%</b>	<b>82.8%</b>	<b>350</b>
経常利益	180	<b>278</b>	<b>+ 98</b>	<b>54.4%</b>	<b>81.7%</b>	<b>340</b>
中間純利益	120	<b>185</b>	<b>+ 65</b>	<b>54.1%</b>	<b>77.0%</b>	<b>240</b>

業績予想上方修正(2024年8月9日発表)以後、売上高、利益とも想定以上の進捗を見せ、予想値を大きく上回る。

### 通期業績予想

上記の通り、業績は順調に推移している中、来期最終年度となる中期経営計画の目標数値達成に向けて、下期に営業力強化を企図した大阪ショールーム、リーン・ロゼ大阪のリニューアル、生産増加に対応した工場設備投資、ES向上に向けた人的資本投資の継続的な充実など、**将来に向けた積極的投資を前倒して実施する予定であるため、通期業績予想については据え置く。**



CMをご覧ください

※11月22日の2025年3月期 第2四半期決算説明会でご覧いただけます





# CMをご覧ください

※11月22日の2025年3月期 第2四半期決算説明会でご覧いただけます



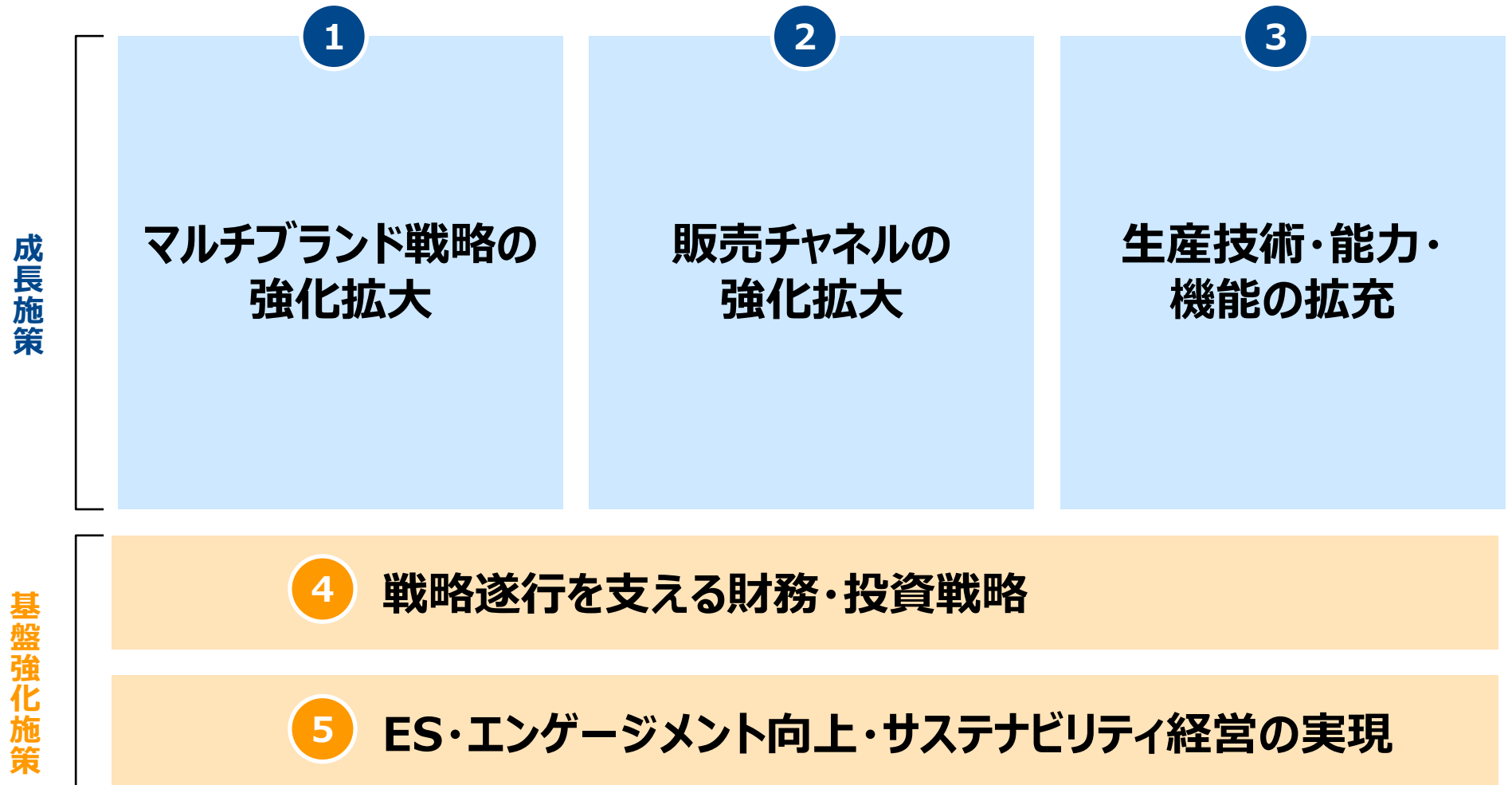
### 3. 成長戦略の進捗





## 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





## 上期取組み（①マルチブランド戦略の強化拡大）

### サータ 提携45周年記念モデル アリウム的好調

#### ■ 特長

#### ・ シンプルかつ空間に馴染むスタンダードデザイン

インテリアに合わせやすくブラウンカラー1色で展開。  
サータの代名詞3ゾーンのマットレスで2種類の硬さから  
選ぶことができる。

#### ・ リーズナブルな価格設定

**ツインセット「シングルサイズ×2台で20万円(税込み)」**

という価格を実現。

#### ■ 開発の背景（コンセプト）

#### ・ 「シンプル」かつ「より多くのお客様が選びやすい」もの

・ 機能や価格で、販売員が説明しやすいモデルで、  
お客様がお求めやすい価格帯を目指しました。

#### ■ 発売時期

・ 2023年12月より受注開始。



## 上期取組み (①マルチブランド戦略の強化拡大)

### リーン・ロゼ 商品キャンペーン

- ・ 前年発売50周年を迎えたロゼトーゴも引き続き販売好調。
- ・ 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。**

#### (前年度) ロゼトーゴ 50周年



#### (今年度上期) ロゼプラド 10周年



#### (今年度上期) ロゼカラン 30周年



## 上期取組み (①マルチブランド戦略の強化拡大)

### サータ×パラマウントベッドのコラボレーション

介護目的ではなく寝心地を求め、かつ、コロナ禍で定着したお家時間を重視する顧客志向から、**電動ベッドに対する需要が高まっており**、本コラボレーションにより、当社はまず高価格帯におけるポジションを確立し拡販を図る。

寝心地と耐久力。そして安全性までこだわり抜いた「サータマットレス」。



「サータモーション」では、並行・交互、硬さの異なる2種類の配列を用いたポケットコイルを使用。

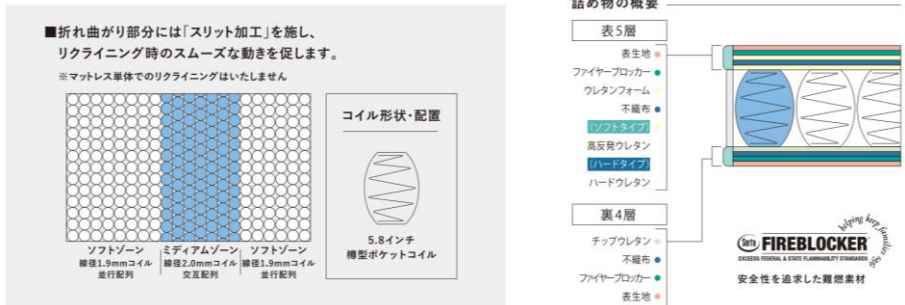
頭部と脚部は優しくふんわりとソフトに体を支え、一番荷重がかかりやすい臀部は程よい硬さでしっかりと体を支えると共に耐久性も高めています。また、難燃素材であるファイヤブロッカーを詰め物に搭載し、

ベッドがもたらす心地よさは、もう眠るときだけとは限りません。

**INTIME**

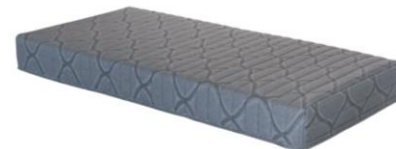
病院用電動ベッドの技術から生まれた、独自のリクライニング機構「ラクリアモーション」を搭載。

背ボトムと膝ボトムの動きにベッドの傾斜を組み合わせた、パラマウントベッド独自の「ラクリアモーション」による座り姿勢は、骨盤をしっかりと起こすために安定感があり、腕や上体を動かしやすくします。さらに体圧がお尻と太ももに分散されるので、より長い時間、座ったままでも過ごしやすくなります。また、足先が下がるため、ベッドからの乗り降りもスムーズです。



#### サータPBモーション ソフトタイプ

SOFT

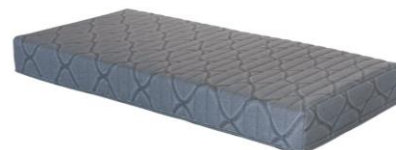


**高反発ウレタン**  
ソフトタッチで、優しい感触で体を支えながらも反発力が強く、しっかりと体を支えてくれるウレタンです。

シングル	幅97×長さ195×厚さ20.5cm	¥151,800(税込)
セミダブル	幅120×長さ195×厚さ20.5cm	¥173,800(税込)

#### サータPBモーション ハードタイプ

HARD



**ハードウレタン**  
文字通りの硬めの感触で、しっかりと体を支えてくれる耐久性にも優れたウレタンです。

シングル	幅97×長さ195×厚さ20cm	¥151,800(税込)
セミダブル	幅120×長さ195×厚さ20cm	¥173,800(税込)



## 上期取組み（①マルチブランド戦略の強化拡大）

### サータ初の、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）

- ・ **一流ホテルに選ばれ続けるマットレスブランド、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。**

#### ■ 発売時期

- ・ 2024年5月31日より**Amazonにて販売開始。**



#### 上期取組み（①マルチブランド戦略の強化拡大）

#### サータ スイートシリーズにリムーバブルトッパー の新商品ライン投入

##### ■ 商品名

サータ ソフトスイート7.7リムーバブル（RB） 1トップ°  
サータ ナチュラルスイート7.7リムーバブル（RB） 1トップ°

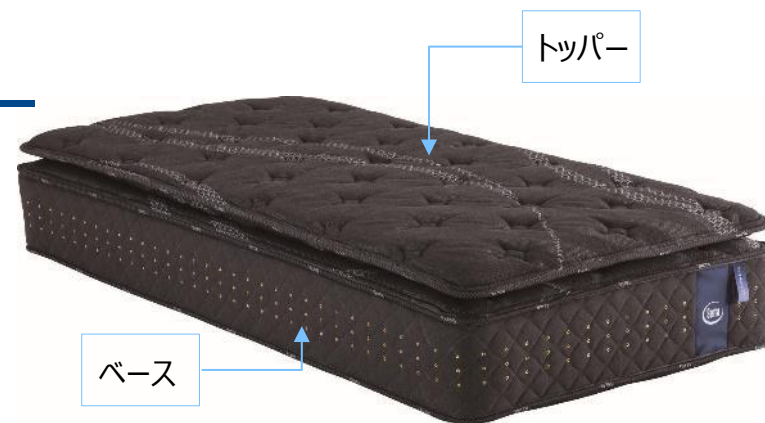
##### ■ 特徴

トッパーとベースの接続部分をファスナー仕様にすることで

- ・ファスナーを外して、ローテーションがしやすい。
- ・トッパーを買い替え変更すれば、好みの寝心地に変更できる。
- ・トッパーが経年劣化しても買い替え交換で、長く使用可能。

##### ■ 発売時期

- ・2024年5月より受注を開始。



※画像はソフトスイート7.7リムーバブル（RB） 1トップ

## 上期取組み（販売チャネルの強化拡大）

### 名古屋マリオットアソシアホテルとのコラボレーション企画

#### スートルームの寝心地をご自宅で。

名古屋マリオットアソシアホテルのスートルームに導入されているマットレスと、特別に開発した企画マットレスとフレームを販売。

#### ■ 企画期間

2024年5月～3月末まで



サータ FS6000P 2TOP 5.8HF  
名古屋マリオットアソシアホテル採用モデル



サータ M 2TOP 5.8HF  
企画専用モデル



Monsyanland 887  
企画専用モデル

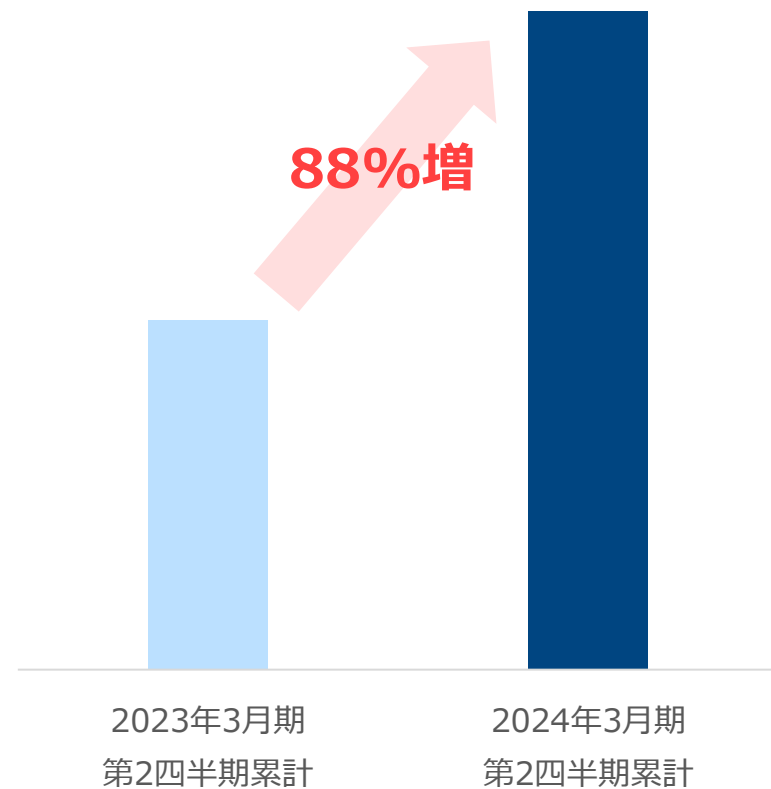


## 上期取組み（②販売チャネルの強化拡大）

### 名古屋ショールームリニューアルとリーン・ロゼ名古屋出店のシナジー

- ・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2024年6月に開設。売上高は、前年同期比で88%増。

名古屋ショールーム/ロゼ名古屋売上高



※個別店舗の数値は公表しておりません

## 下期取組み (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の新マットレスシリーズ

当社創立75周年記念モデルとして発表

#### 【Pure Dream (ピュアドリーム) シリーズ】

「ウォームミニマル」をコンセプトに開発したマットレス

#### • Pure Dream 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

#### • Pure Dream 6.8

新開発した新コイルユニット〈マイクロ6.8〉搭載モデル

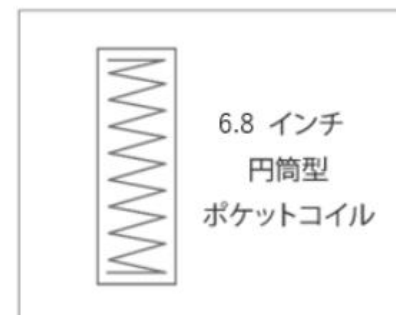
#### ■ 特徴

- ツートンカラーで見た目の訴求力アップ。  
マットレスの硬さを「ラベルの色」によって表現し、
- 見た瞬間にマットレスの硬さが分かる

→ お客様が選びやすく販売員が説明しやすいマットレス

#### ■ 発売時期

- 2024年11月より受注開始



F1P (ソフト) F1N (ミディアム) F1T (ハード)



## 下期取組み (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の新システムフレーム

当社創立75周年記念モデル フレーム

#### 【D-Rise (ディライズ) シリーズ】

コンセプトは

〈お客様の分かりやすさ・選びやすさ〉を重視したシリーズ

#### ■特徴

- ・本シリーズで接客が完結できるようなフレーム。
  - ・6種類のヘッドデザイン
    - 3色のカラー
    - 4タイプのボトム (脚、引出、跳上収納、電動)
    - 5つの共通サイズ (PS、SD、D、Q1、Q2)
- シリーズ間での仕様差をなくした。

■発売時期 ・2024年11月より受注開始



ライト  
TRO (トレンドオーガ)

ミディアム  
SW (セビアウォールナット)

新ダーク色  
CW (チャコールウォールナット)



## 下期取組み（①マルチブランド戦略の強化拡大）

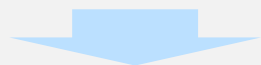
### 好調のリーン・ロゼ 新商品

#### ■ロゼカシマのリニューアル

- ・ロゼトーゴのデザイナーであるミッシェル・デュカロワが1976年にデザインしたソファのロゼカシマをスペックアップ。
- ・現行のスラブウレタンからモールドウレタンに変更し、開発した新生地でアッパー層向けアイテムとしてリニューアル。
- ・2025年3月より受注開始予定

#### ■ダイニングテーブルとチェアのジャパンフィットモデル開発中。

- ・日本において「リーン・ロゼ」=ソファのイメージが強い
- ・リーン・ロゼはリビング、ダイニングなどトータル提案ができるブランド



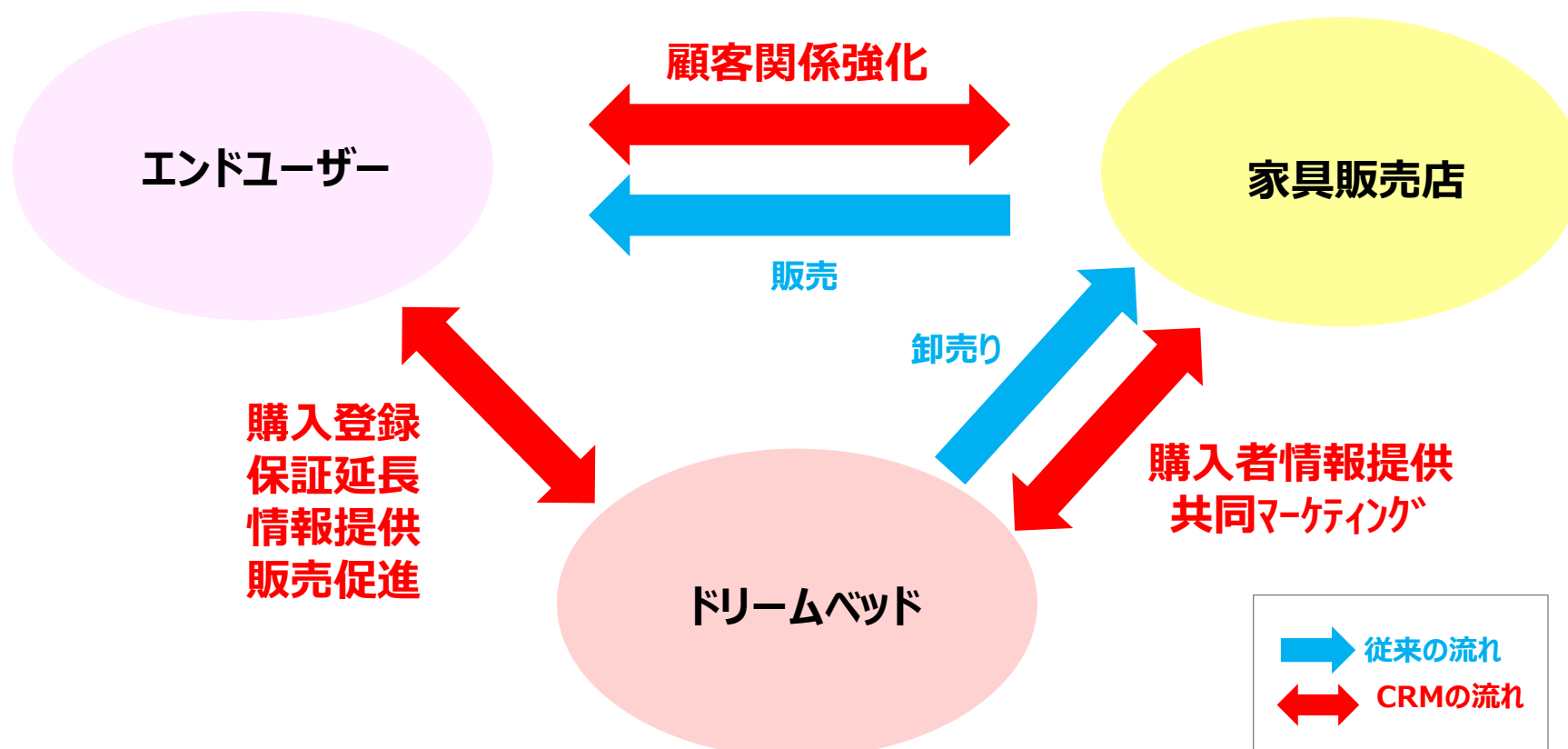
- ・ダイニングテーブルやチェア強化のため、日本テイストを取り入れたジャパンフィットモデルを開発中。



#### 下期取組み（②販売チャネルの強化拡大）

## 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～



## 下期取組み（②販売チャネルの強化拡大）

### ドリームベッド公式オンラインショップ

- ・11月1日よりドリームベッド公式オンラインショップがオープン
- ・ドリームベッド、サータのマットレスが購入可能

#### 【背景・目的】

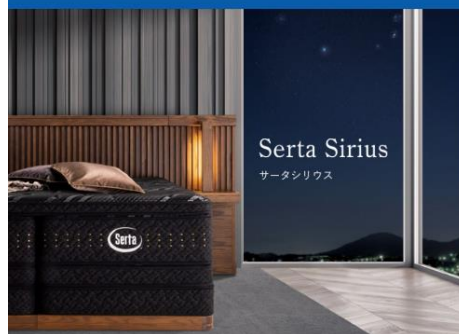
- ・ベッドは体感型の商品。家具店で試してから購入する方がほとんどなのでEC比率はそれほど高くない。
- ・一方で、ECサイトで製品情報を得て検討してから家具店に来店するため、信頼されるメーカー公式ECサイトは不可欠。

- ・ブランドプロモーションを主目的とし多様なお客様の購買ニーズにも応えるため公式ECサイトを開設。

am bed  
ritina shop

リ一覧 ▾ ご利用ガイド 法人のお客様 お問い合わせ

2024/11/01 レビューキャンペーン開催中



ホーム ▶ Serta (サータ) ▶ マットレス ▶ スイートシリーズ ▶ ナチュラルスイート6.8



Serta (サータ) マットレス【サータスイート ナチュラルスイート6.8】

¥181,500 (税込)

6.8インチの裃型ポケットコイルを使用。詰め物は、弾性が高いラテックス。ほどよい硬さで、心地よく体にフィットします。  
※画像はPSサイズです。

数量

カラー  
--選択してください--

サイズ  
--選択してください--

カートに入れる

LINEで見る % ポスト

お届けまでの目安：約10~25営業日前後

検索 ログイン 会員登録 カート



#### 下期取組み（②販売チャネルの強化拡大）

#### 大阪ショールーム、リーン・ロゼ大阪のリニューアル

- 大阪ショールーム及びリーン・ロゼ大阪は  
**同地での認知度が高く年々売上が増加**しており  
(2019年より年率平均15%以上の売上高伸長率)  
**2008年開店で老朽化した施設のリニューアル**  
によりさらに大幅な業績拡大を企図するもの。
- 来期2026年3月期の中計3年目に向けて、  
今期業績は順調に推移しており、来期目標数値達成に  
向けて**計画を前倒しでリニューアルする**もの。
- 2024年12月からリニューアルのため工事期間。



**2025年3月にリニューアルオープン予定**

## 4. 中期経営計画 3年目に向けて



# 4. 中計3年目に向けて

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

・中期経営計画における各戦略の進捗及び見通しは下表のとおりで、**中計3年目に向けて確実に実行。**

	2024/3月期 上期	下期	2025/3期 上期	下期	2026/3期 上期	下期
<b>①マルチブランド戦略</b>						
サータ	シリウス発表	スイート第1期	スイート第2期 オンクラウド発表			新モデル投入
ドリームベッド		フルオーダーマットレス		<b>基幹モデルリニューアル</b>		
リーン・ロゼ	ロゼトーゴ 50周年モデル	ロゼトーゴ TAMESHIGAKI	ロゼプラド10周年モデル ロゼカラン30周年モデル		ジャパン専用モデル投入	
新ブランド発掘					ベッド新ブランド検討中 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 ブランド専用車配送者導入		<b>CRM導入</b>		
<b>②販売チャネル</b>	EC販売開始 (amazon)	東京ショールーム 東京支社開設	リーン・ロゼ 名古屋ショッブ開設	<b>自社ECサイト開設 大阪ショールーム、 リーン・ロゼ大阪リニューアル</b>	海外輸出検討中	新ショッブ検討中
<b>③生産技術能力機能の 拡充</b>	新機械導入	新工場完成竣工		新機械導入		
<b>④⑤財務投資戦略、ES、 EG、サステナビリティ</b>	株主優待導入		自己株式の取得		株主還元策検討中	

## 4. 中計3年目に向けて

2Q業績  
概要

予想と  
実績差異

上期  
取組み

下期  
取組み

中計施策

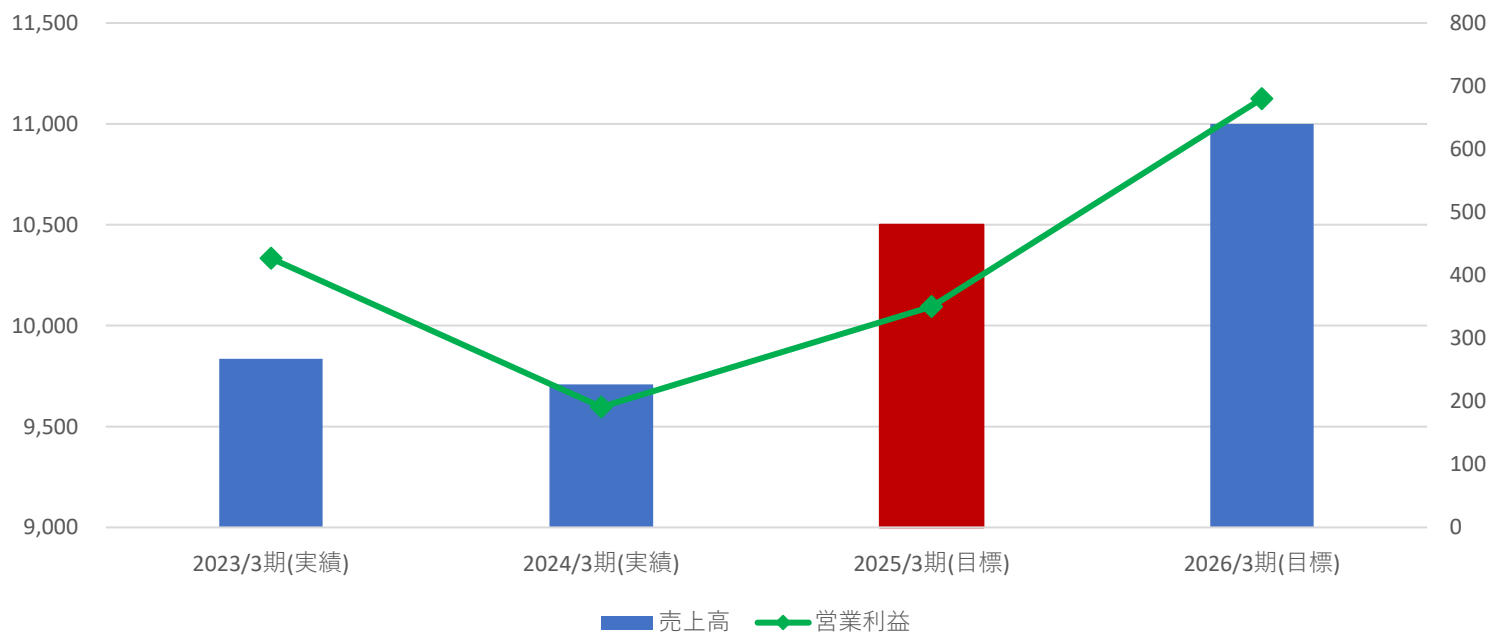
- ・ 上方修正した今期売上高105億円、営業利益350百万円を達成した上で、各戦略の確実な実行により**中計3年目の目標数値である売上高110億円、営業利益680百万円の達成を目指す。**

(単位：百万円)

	中期経営計画			
	2023/3期(実績)	2024/3期(実績)	2025/3期(目標)	2026/3期(目標)
売上高	9,835	9,708	10,500	11,000
営業利益	427	191	350	680

売上高/営業利益推移

(単位：百万円)





# 5 . Appendix



米国Serta（サータ）ブランドの国内独占販売権を有し、当社の高い技術力と製造力をもって、マルチブランド戦略にて幅広い商品群を販売するところ。

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

## 海外有数のブランドとライセンス契約を締結、ブランド力による高い利益率



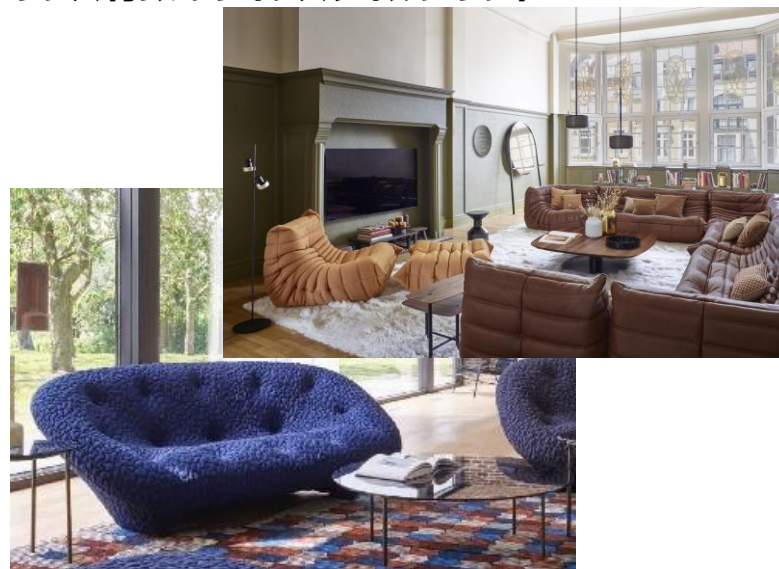
米国で8年連続シェアトップ※  
※2011~2018年  
出典：ファニチャートゥデイ誌2019年6月出版号



# ligne roset®

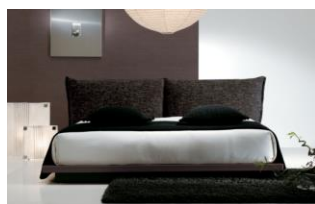


フランス有数のライフスタイルブランド



# 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

ヨーロッパイストのデザイナーズ  
ベッドブランド



# WATER WORLD®

日本唯一のウォーター  
ベッドブランド





## ホテル向け需要による生産量増加に対しても対応可能に！

### 完成した八千代第一工場

将来的に生産能力は前工場比1.3倍、  
生産効率は同1.1倍に増加の計画。

- ・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㎡

Made In Japan



業務提携による生産を日本国内で行うことにより、  
日本の生活様式や環境に合う高品質の製品を提供





- 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](mailto:keiki@dreambed.co.jp)