

2012(平成24)年3月期 決算説明資料



1. 会社概要・事業内容
2. 市場動向と当社の取組み
3. 2012(平成24)年3月期決算概要
4. 2013(平成25)年3月期業績見通し
5. 今後の展望

会社概要・事業内容

社名	株式会社ディーエムエス
本店所在地	東京都千代田区神田小川町一丁目11番地 千代田小川町クロスタ10階
設立	1961年4月
代表者	代表取締役社長 山本克彦
資本金	1,092,601,000円
社員数	296名(2012年3月現在)
子会社	株式会社デック 東京セールス・プロデュース株式会社
上場市場	JASDAQスタンダード(証券コード9782)
外部認証	プライバシーマーク JIS Q 15001:2006 ISMS JIS Q 27001:2006

沿革

1961(昭和36)年4月
 ダイレクト・メール・サービス株式会社設立
1964(昭和39)年8月
 大阪支社開設
1976(昭和51)年4月
 業務センター(ウエアハウス)開設
1980(昭和55)年7月
 株式会社デックに資本参加 企画制作部門の充実を図る
1981(昭和56)年10月
 朝霞業務センター開設
1985(昭和60)年10月
 DMS第二ビル社屋完成
1991(平成3)年4月
 (株)ディーエムエスに社名変更 創立30周年
1995(平成7)年10月
 日本証券業協会に株式を店頭登録
1998(平成10)年9月
 江東業務センター開設
1999(平成11)年2月
 プライバシーマークの認証取得
2000(平成12)年6月
 ロジスティクスセンター開設
2004(平成16)年7月
 分散していた事業所を統合し、さいたま市に「業務センター」を開設
2004(平成16)年12月
 ジャスダック証券取引所に上場
2005(平成17)年10月
 情報セキュリティ規格「ISMS認証基準」の認証取得
2010(平成22)年10月
 業務センター内に「ロジスティクスセンター」を開設
2010(平成22)年12月
 本社新社屋完成
2011(平成23)年4月
 創立50周年

事業概要

顧客データベースを活用した販売促進戦略の提案から、ダイレクトメールに係るメーリングサービスやセールスプロモーション全般にわたる業務をトータルサポートしております。単に情報を一方的に発信するという、一般的な広告手段だけでなく、生活者から、ダイレクトにレスポンス(注文や反応)のとれる効果的なコミュニケーション・メディア(媒体)の提供とその業務運営を事業としております。

セグメント別 事業内容

ダイレクトメール部門

DM広告企画・制作、メーリングサービス、顧客情報処理サービス、ダイレクトマーケティング事業のサポートビジネスなど、ダイレクトメールに関するあらゆる業務をトータルサポートしております。

セールスプロモーション部門

情報誌・カタログ等の企画制作、キャンペーン、フィールド・サービス、テレマーケティング、インターネット広告、折込広告等のメディアサービスなど、マスコミ4媒体(新聞、雑誌、テレビ、ラジオ)とは別の角度から目的に応じた効果的な企業の販売促進活動をサポートしております。

イベント部門

SPイベント、PRイベント、スポーツ事業イベント、文化事業イベント等多種多様なイベントの企画から実施、アフターフォローまで、企業・生活者双方のニーズに合ったイベント事業の運営をサポートしております。

賃貸部門

自社所有の不動産を賃貸しております。

生産拠点

業務センター

- 稼働年月
2004年7月
- 延床面積
約20,000㎡
(約6,000坪)



ロジスティクスセンター

(業務センター内)

- 稼働年月
2010年10月
- 延床面積
約7,000㎡
(約2,000坪)



大阪支社

- 稼働年月
1991年4月
- 延床面積
約2,500㎡
(約750坪)



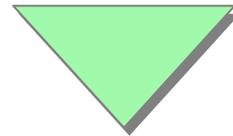
当社の強みは、クライアント企業と本来の目的を共有して、その目的に向かってすすむ姿勢と実行力にあります。
プロセスの一部だけでなく、施策の効果を高めるための企画から実施、実施後の改善提案まで、クライアント企業の「売れる仕組みづくり」をトータルサポートできることが当社の強みです。



市場動向と当社の取組み

経済環境

- ・ 海外経済の回復、復興特需
- ・ 欧州債務問題、円高、タイの洪水の影響



広告業界

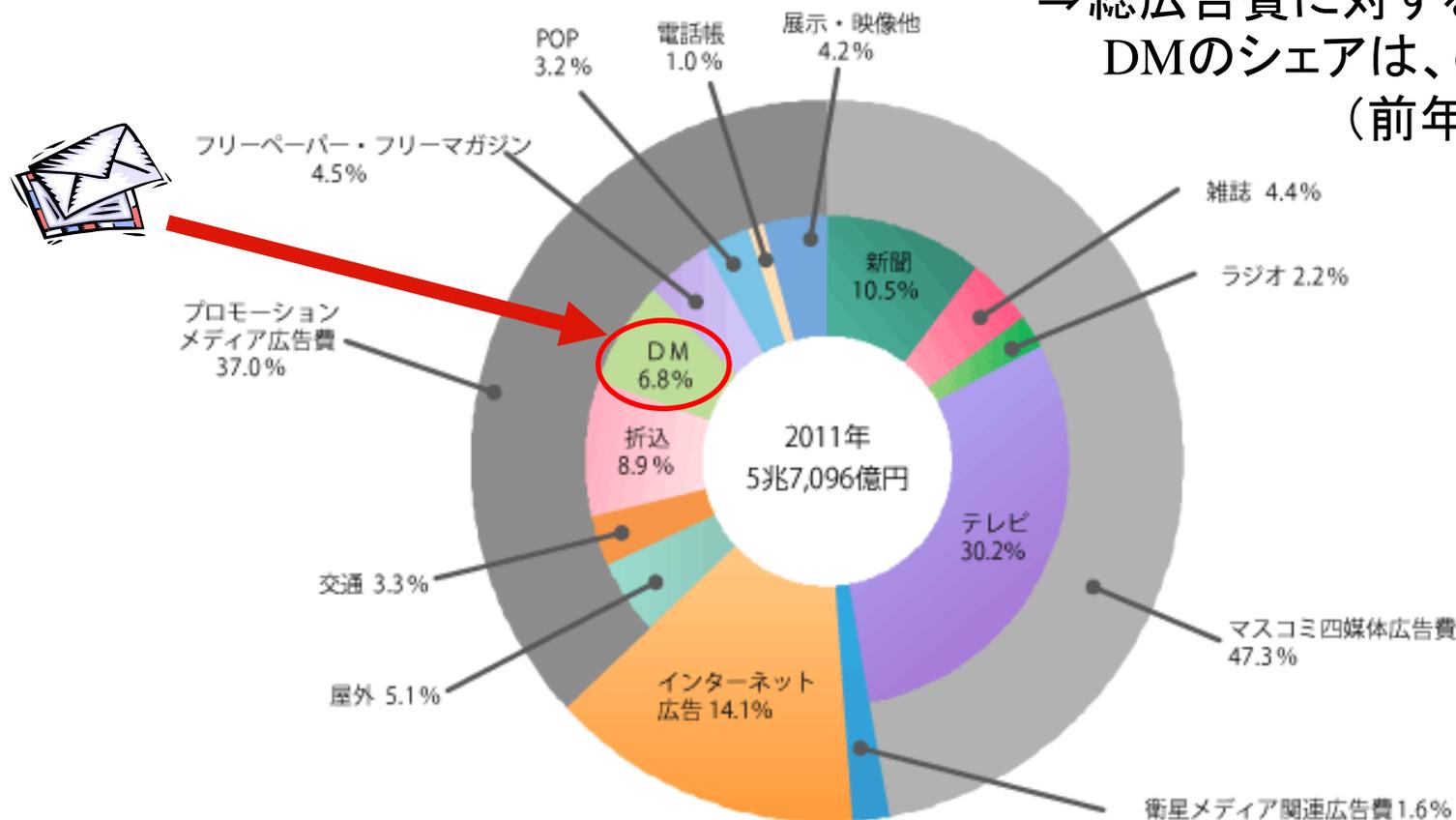
一時的な落ち込みがあったものの、
前年並みの水準を維持

「日本の広告費」(株電通)

2011年(1~12月)、日本の総広告費は、5兆7,096億円(前年比97.7%)。

⇒DM(郵送料・民間メール便配達料)は、3,910億円(前年比96.0%)。

⇒総広告費に対する
DMのシェアは、6.8%
(前年は7.0%)





今期の当社における
郵便・民間メール便などによる
年間DM取扱通数



3億通

(前期比101.1%)

新規顧客開拓

“トータルサービス”を強みに新規顧客開拓を積極的に展開し、売上拡大を図る。

メーリングサービス業務の内製化

業務センターを中核とした生産体制の増強と効率化により、宛名データ処理・出力やメーリングサービス業務の内製化を推進。

新サービス開発への積極的な取組み

通販・EC出荷代行サービス

ECショップの開設から運営、集客・物流までをトータルサポートする「通販・EC出荷代行サービス」の取扱いを開始。

マーケティングサービスの強化

先端的な予測分析技術であるベイジアンネットワーク技術を利用し、従来の方法より高いレスポンスを期待できる「DM送付先最適化サービス」の取扱いを開始。

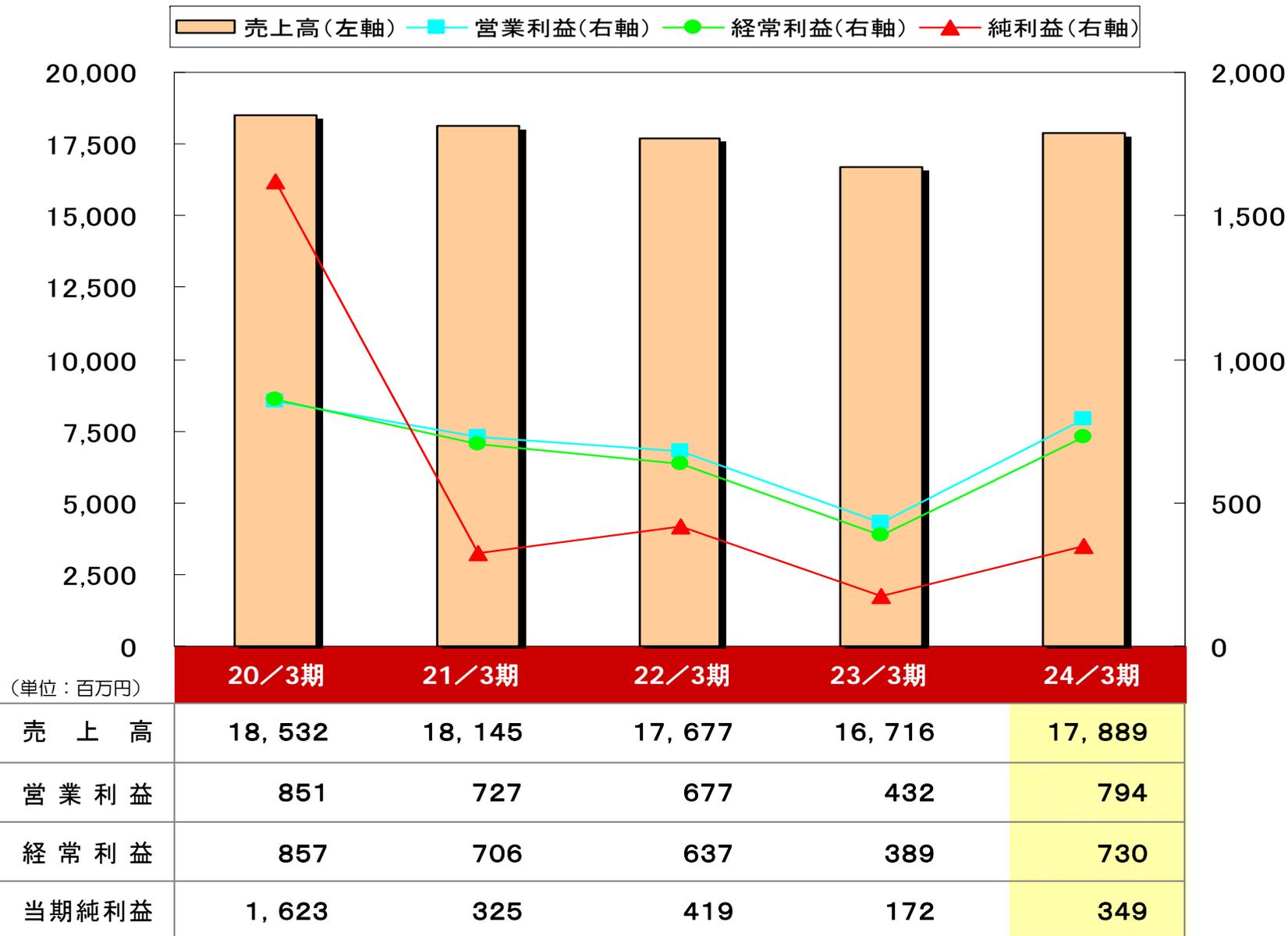
ウェブ・モバイル マーケティングサービスの開発

ダイレクトマーケティングと親和性の高いウェブやモバイルを活用したマーケティング支援を実施。

2012(平成24年)3月期
決 算 概 要

過去5事業年度の主要連結財務指標の推移

(単位：百万円)



(単位：百万円)

科目名	23/3期	24/3期
売上高	16,716	17,889
売上原価	14,924	15,803
売上総利益	1,792	2,086
販売費及び一般管理費	1,360	1,291
営業利益	432	794
営業外収益	20	19
営業外費用	63	83
経常利益	389	730
特別利益	0	5
特別損失	66	49
税金等調整前当期純利益	322	686
法人税等合計	150	337
当期純利益	172	349

(単位：百万円)

科目名	23/3期	24/3期
売上高	16,700	17,883
DM部門	15,096	16,210
セールスプロモーション部門	1,095	1,174
イベント部門	496	457
賃貸部門	13	41

◆ポイント

- 震災の影響で延期されていた販促活動の再開需要を順調に取り込めた事でDM、SP部門は堅調に推移。一方、イベント部門は上期のイベントが中止や縮小となった影響が大きく、苦戦。
- 本社ビルの賃貸部分は期中に全室成約。

(単位：百万円)

科目名	23/3期	24/3期	科目名	23/3期	24/3期
流動資産	4,403	5,278	負債	6,158	6,560
固定資産	8,047	7,896	流動負債	2,772	3,477
有形固定資産	6,329	6,186	固定負債	3,386	3,082
無形固定資産	38	45	純資産	6,310	6,629
投資その他の資産	1,679	1,664	株主資本	7,146	7,428
繰延資産	18	15	その他の 包括利益累計額	▲835	▲798
資産合計	12,469	13,189	負債・純資産合計	12,469	13,189

◆ポイント

- 設備投資面では、製造ライン等のリプレースを中心に償却の範囲内で実施

(単位：百万円)

	23/3期 会計年度	主な増減内容	(参考) 22/3期 会計年度
営業活動 キャッシュ・フロー	1,025	<ul style="list-style-type: none"> ●税金等調整前当期純利益の計上：686 ●減価償却費の計上：450 ●売上債権の増加：▲496 ●仕入債務の増加：168 	1,154
投資活動 キャッシュ・フロー	▲134	<ul style="list-style-type: none"> ●業務センターにおける設備投資：▲137 	▲2,664
財務活動 キャッシュ・フロー	▲526	<ul style="list-style-type: none"> ●配当金の支払い：▲87 ●有利子負債の支払い：▲425 	1,278
現金及び 現金同等物残高	1,446		1,080

◆ポイント

- 前期にあった特殊要因（本社ビル、ロジスティクスセンター取得）がなくなり、フリー・キャッシュフローはプラスに転じ、有利子負債の返済が順調に進む。

2013(平成25年)3月期
業 績 見 通 し

経済環境

企業業績回復や消費動向の底堅さを背景に
回復の見込み

次期における当社の取組み

- ①積極的な営業展開ならびに現場の生産性向上の推進
- ②ウェブ・モバイル関連サービスの開発による事業領域の拡大
- ③「通販・EC出荷代行サービス」「DM送付先最適化サービス」などの営業強化

◆平成25年3月期 連結通期業績予想

(単位:百万円)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	予想数値	増減比 (%)	予想数値	増減比 (%)	予想数値	増減比 (%)	予想数値	増減比 (%)
連結	18,200	1.7	860	8.2	810	10.8	453	29.6

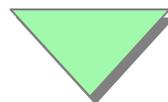
◆平成25年3月期 配当予想

1株当たり年間配当金(予想) 15円00銭

今 後 の 展 望



<h3><u>当社の強み</u></h3> <ul style="list-style-type: none">● ダイレクトマーケティングにおけるリアル施策(DM、SP、イベント)のトータルサービスを提供● 大手企業を中心とした優良顧客基盤	<h3><u>市場動向</u></h3> <ul style="list-style-type: none">● 企業イメージやブランド(商品)への共感を得るための施策の実施● 顕在顧客だけでなく潜在見込客も含めてアプローチ
<h3><u>消費者動向</u></h3> <ul style="list-style-type: none">● 生活者消費行動の変化 (共感した情報をつながりの中で共有・拡散)● 複数のメディアから情報を収集	<h3><u>情報チャネル</u></h3> <ul style="list-style-type: none">● スマートフォンやタブレット端末の普及拡大● Facebook、Twitter等のソーシャルメディアの利用者拡大



顧客企業において、従来のマーケティング活動だけでなく、さまざまなチャネル、データ、コンテンツを駆使した新しい取り組みを積極的に展開

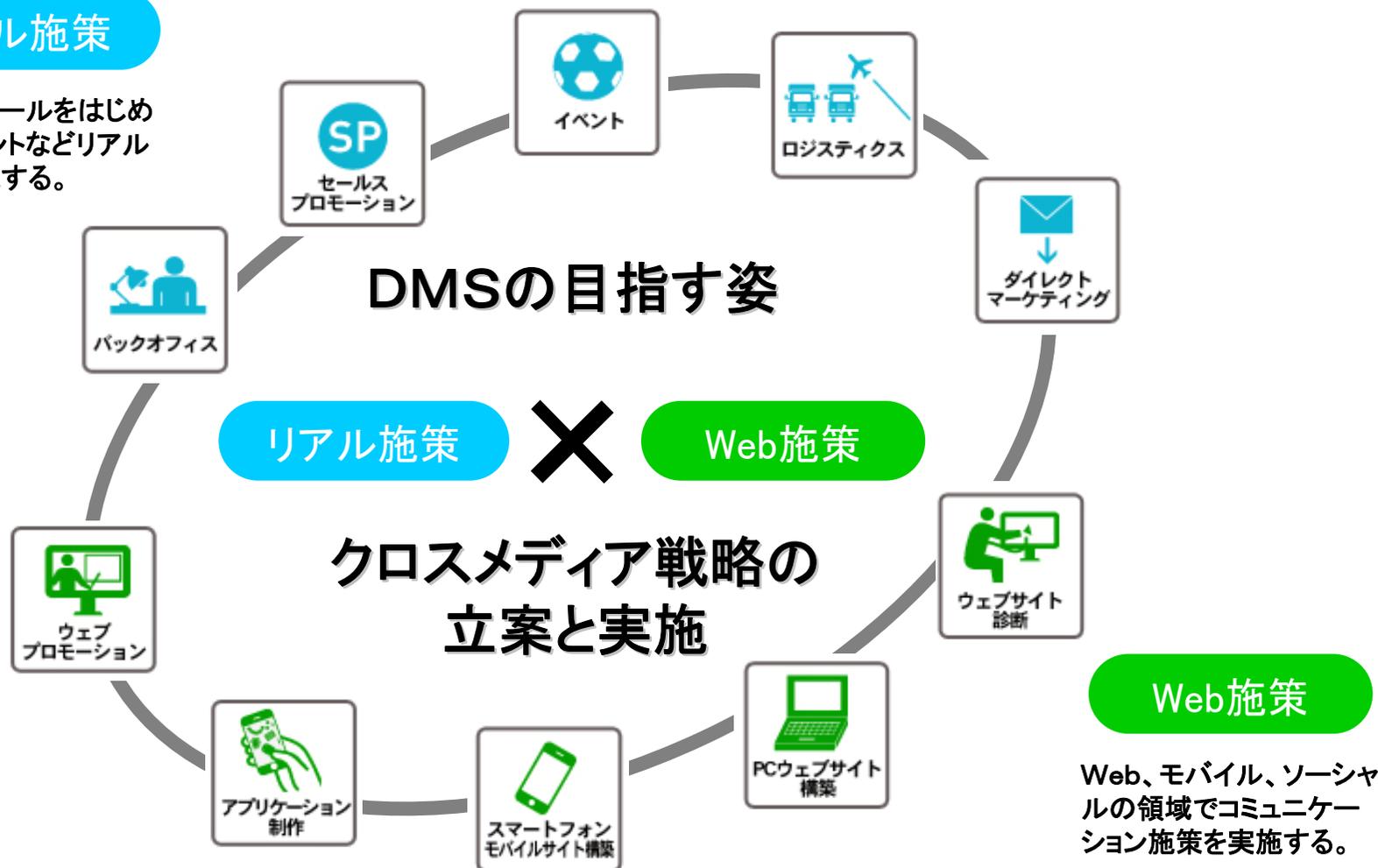


このようなマーケティングの潮流に対して、
ディーエムエスは・・・

**ダイレクトマーケティングにおける
リアル施策とウェブ施策を実施できる機能を持ち、
これらを駆使したクロスメディア戦略を立案し、
企業と生活者のよい関係づくりを
トータルサポートする企業を目指します。**

リアル施策

ダイレクトメールをはじめ
SPやイベントなどリアル
施策を実施する。



企業と生活者のよい関係づくりをトータルサポート

①売上の拡大とコスト削減



社内リソースを最大限に活用することで、営業展開においては既存顧客の深耕と新規顧客の開発を一層進め、現業部門においては生産性向上による更なる利益貢献を図ってまいります。

②通販・EC出荷代行サービスの展開



拡大傾向にあるEC（インターネット通販）市場に着目し、発展途上にある中小規模のECショップを対象として、拡大に伴う物流のアウトソーシング需要を取り込んだうえで、DMやウェブなどの他のマーケティングサービスとの事業シナジー創出を図ってまいります。

③マーケティングサービスの強化



先端的な予測分析技術であるベイジアンネットワーク技術を利用した「DM送付先最適化サービス」の提供や、オファー&クリエイティブのプランニング力の強化により、費用対効果の高いダイレクトマーケティングを実現させることで、価格競争に陥らないための差別化を図ってまいります。

④ウェブ・モバイルマーケティングのサービス開発



ダイレクトマーケティングと親和性の高いウェブやモバイルを活用したマーケティングを支援し、顧客企業の戦略に深く関与し貢献することで、既存事業であるDM・SP・イベントとのクロスメディア化を図ってまいります。

⑤ 海外市場の検討



国内市場の成熟化に対して他のアジア諸国におけるDM関連市場の情報収集と研究に努め、その有望性や当社グループの特性を考慮した事業性を検討してまいります。

⑥ 個人情報保護の継続的な改善



個人情報の取扱いに対する社会の意識の高さや当社の情報セキュリティに対する顧客企業からの期待などに鑑み、当社では「プライバシーマーク」および「ISMS」の認証に基づいたマネジメントシステムにより個人情報保護の継続的な改善に努めてまいります。

⑦ 事業継続への取組み



東日本大震災以降、災害発生時における事業活動の継続や早期復旧、従業員の安否確認手順などを取りまとめた事業継続計画を備えおく機運の高まりを受け、災害時における当社の行動規範を定めた事業継続計画を策定し維持改善していくことで顧客企業からの信頼確保に努めてまいります。

業績見通しにつきましては、その目標達成に向けて事業を展開してまいりますが、経済状況や市場動向の変化など様々な要因により変動する可能性があります。

【本件資料に関するお問い合わせ】

株式会社ディーエムエス
(経営企画室)
TEL:03-3293-2961(代)