

2017年3月期 決算説明資料

- 株式会社ディーエムエス
- ジャスダック証券コード9782
- 2017年6月8日

1 事業概要

2 決算概要

3 中期戦略

付 参考資料

1

**売上高200億円突破し
売上高・営業利益ともに過去最高を更新**

2

**Webとのクロスメディア化で
ダイレクトメール(DM)の新しい価値創造**

3

**EC市場成長を背景に
物流関連ビジネスが増収に寄与**

1

事業概要

ダイレクトマーケティングのトータルサービスを提供。

ダイレクトマーケティング

ダイレクトメール発送数

年間**3.1億**通

ロジスティクス

取扱個数

年間**303万**個

セールスプロモーション

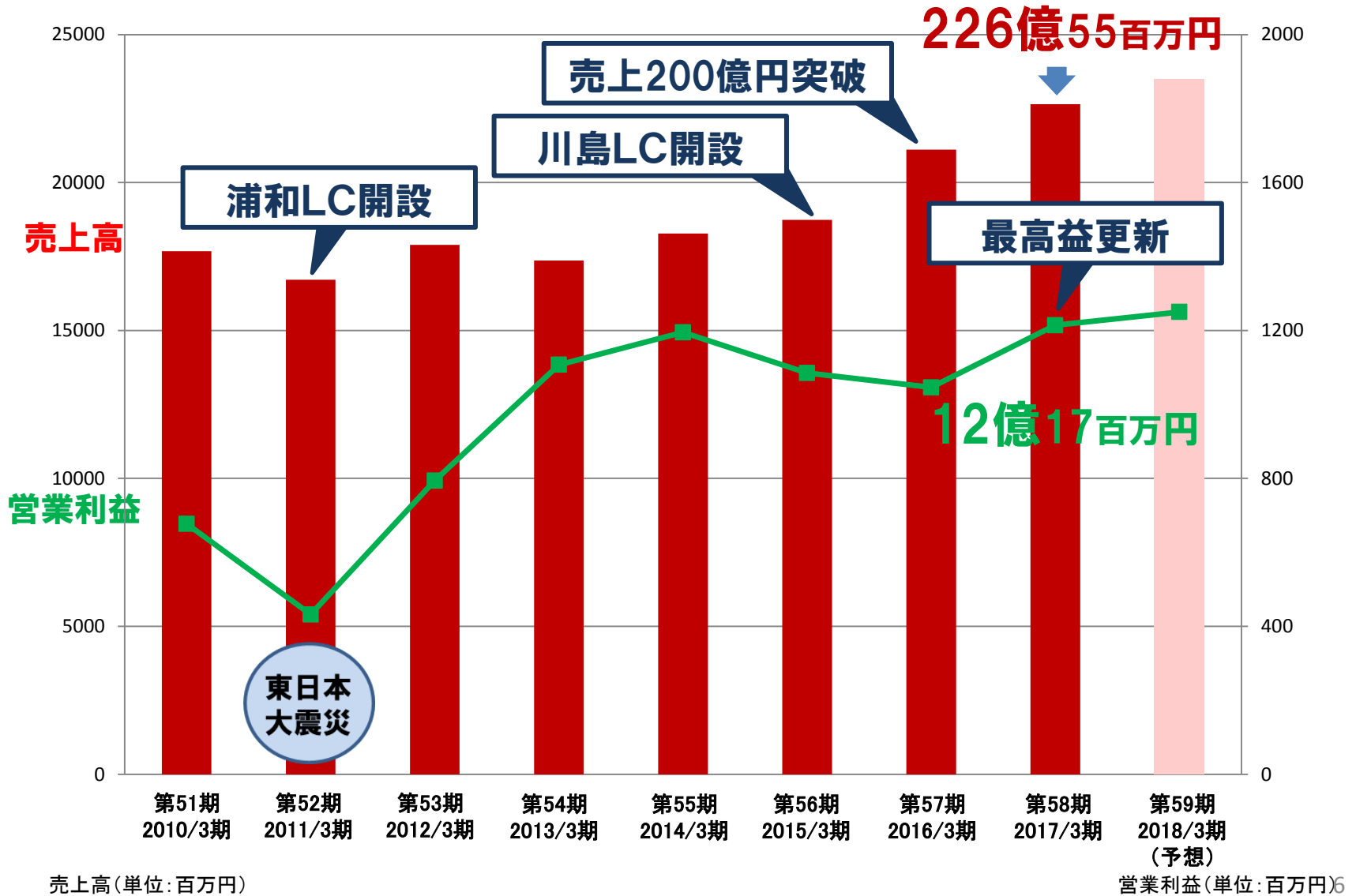
キャンペーン応募者総数

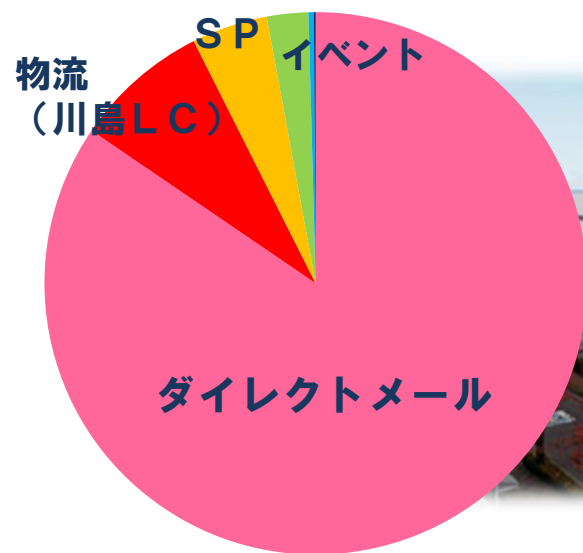
年間**300万**件

イベント

イベント動員数

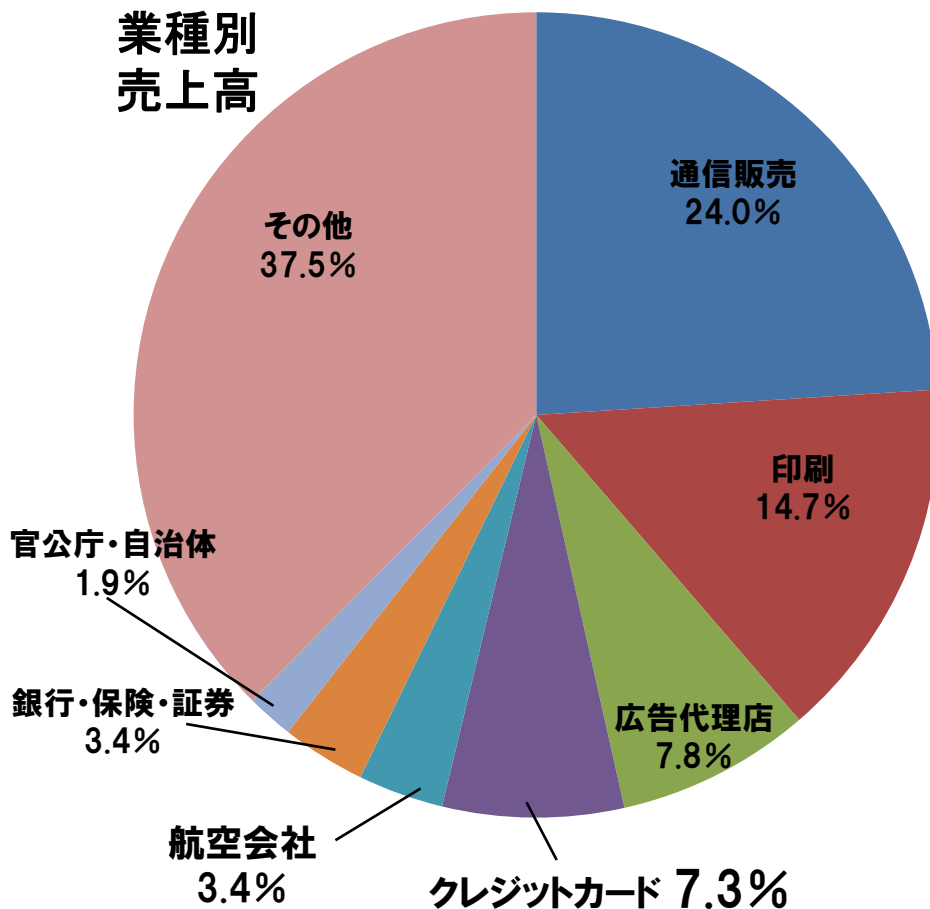
年間**100万**人超





事業分野	売上高	構成比
ダイレクトメール	209億72百万円	92.6%
うち物流 (川島LC)	18億25百万円	8.1%
セールスプロモーション	10億25百万円	4.5%
イベント	5億60百万円	2.5%
賃貸	73百万円	0.3%

大手クライアント中心に安定顧客基盤を擁する。



取引社数



売上高



1 ワンストップ

DMプラス様々なコミュニケーション分野をカバーし、
企画制作から、情報処理、実行、アフターフォローまで…
組織力を活かし、状況変化にも柔軟に対応。

2 スケーラビリティ

1案件で数百万通の大規模プロモーションDMから、
毎日数百通の資料請求フォローDMまで…
年間3億通を超えるDM発送を背景にコスト効率を追求。

3 クオリティ&セキュリティ

複雑なアセンブリや厳格な個人情報保護が求められるDM…
JISQ9001、JISQ15001、JISQ27001のトリプル認証で、
クライアントと生活者に安心と情報をセットでお届け。

2

決算概要

2017/3期実績

(単位:百万円)

	2016/3期		2017/3期			2017/3月期	
	実績	売上比	実績	増減	売上比	予測※	
売上高	21,108	100.0%	22,655	1,546	7.3%	100.0%	22,704
売上原価	18,923	89.6%	20,300	1,376	7.3%	89.6%	
売上総利益	2,185	10.4%	2,354	169	7.8%	10.4%	
販売費及び一般管理費	1,138	5.4%	1,137	▲ 0	▲ 0.1%	5.0%	
営業利益	1,046	5.0%	1,217	170	16.3%	5.4%	1,204
営業外収益	27	0.1%	21	▲ 5	▲ 19.7%	0.1%	
営業外費用	43	0.2%	30	▲ 13	▲ 30.5%	0.1%	
経常利益	1,030	4.9%	1,208	178	17.3%	5.3%	1,189
特別利益	0	0.0%	—	▲ 0	—	—	
特別損失	2	0.0%	6	3	156.4%	0.0%	
税金等調整前当期純利益	1,028	4.9%	1,202	173	16.9%	5.3%	
法人税等合計	340	1.6%	377	36	10.7%	1.7%	
親会社株主に帰属する当期純利益	687	3.3%	824	136	19.9%	3.6%	787
一株当たり当期純利益(円)	118.13			141.65			135.14
一株当たり配当金(円)	15.0			17.0			17.0

※2016年10月26日公表

主力のDMの好調に加え、物流サービスの取扱いが増え、売上高、営業利益、経常利益が過去最高額を更新。

セグメント別収益

(単位:百万円)

		2016/3期		2017/3期			
		実績	構成比	実績	増減	構成比	
売上高	DM	19,207	91.0%	20,972	1,765	9.2%	92.6%
	セールスプロモーション	1,092	5.2%	1,025	▲ 67	▲ 6.1%	4.5%
	イベント	708	3.4%	560	▲ 148	▲ 20.9%	2.5%
	賃貸	73	0.4%	73	0	▲ 0.9%	0.3%
	その他	26	0.1%	23	▲ 3	▲ 11.8%	0.1%
	計	21,108	100.0%	22,655	1,546	7.3%	100.0%
セグメント利益	DM	1,330	86.2%	1,497	167	12.6%	87.7%
	(利益率)	6.9%		7.1%			
	セールスプロモーション	133	8.6%	159	26	20.1%	9.4%
	(利益率)	12.2%		15.5%			
	イベント	27	1.8%	▲ 2	▲ 29	—	▲ 0.2%
	(利益率)	3.8%		—			
賃貸	34	2.3%	36	1	4.2%	2.1%	
その他	17	1.1%	15	▲ 1	▲ 8.2%	0.9%	
計	1,542	100.0%	1,706	164	10.6%	100.0%	
全社費用等		▲ 495		▲ 489	6	—	
営業利益		1,046		1,217	170	16.3%	
		(利益率)	5.0%	5.4%			

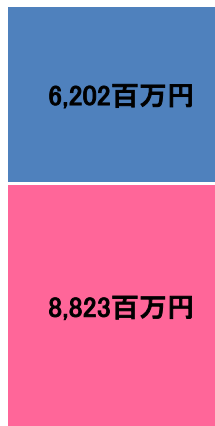
**DMは既存顧客の取引窓口拡大策が奏功、
物流の新規受注も寄与。イベントは前期からの反動。**

第57期
2016/3期



合計: 13,710百万円

第58期
2017/3期



合計: 15,026百万円

第57期
2016/3期



合計: 13,710百万円

第58期
2017/3期



合計: 15,026百万円

流動資産

- ・現金及び預金 (+ 16百万円)
- ・売上債権 (+ 432百万円)
- ・立替郵送料 (+ 30百万円)

固定資産

- ・土地 (+ 791百万円) 物流事業用地取得
- ・機械及び装置 (+ 63百万円)

流動負債

- ・仕入債務 (+ 133百万円)
- ・社債 (+ 211百万円)
- ・短期借入金 (+ 650百万円) 長期借入金からの振替
- ・前受金 (+ 535百万円)

固定負債

- ・社債 (▲ 277百万円)
- ・長期借入金 (▲ 851百万円) 短期借入金への振替

純資産

- ・当期純利益 824百万円

(単位:百万円)

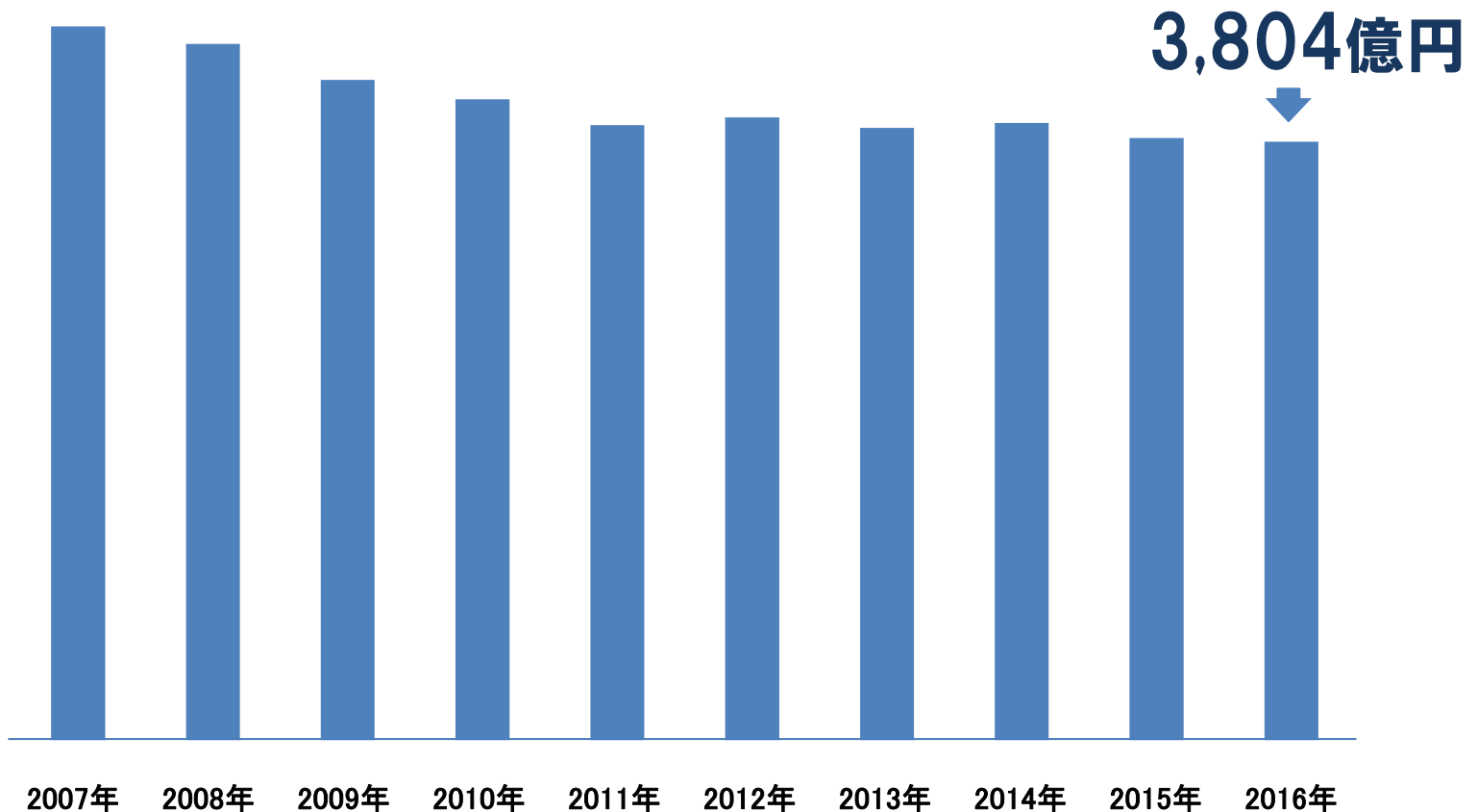
	2017/3期		2018/3期			
	実績	売上比	予想	増減		売上比
売上高	22,655	100.0%	23,504	848	3.7%	100.0%
売上原価	20,300	89.6%	21,042	741	3.7%	89.5%
売上総利益	2,354	10.4%	2,462	107	4.6%	10.5%
販売費及び一般管理費	1,137	5.0%	1,208	70	6.2%	5.1%
営業利益	1,217	5.4%	1,254	36	3.0%	5.3%
営業外収益	21	0.1%	21	▲ 0	▲ 3.3%	0.1%
営業外費用	30	0.1%	21	▲ 9	▲ 31.1%	0.1%
経常利益	1,208	5.3%	1,254	45	3.8%	5.3%
特別利益	-	-	20	20	-	0.1%
特別損失	6	0.0%	11	4	71.6%	0.0%
税金等調整前当期純利益	1,202	5.3%	1,263	60	5.1%	5.4%
法人税等合計	377	1.7%	421	43	11.6%	1.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	824	3.6%	842	17	2.1%	3.6%
一株当たり当期純利益(円)	141.65		144.59			
一株当たり配当金(円)	17.0					

売上高、すべての利益ともに前期比プラス成長を目指す。

3

中期戦略

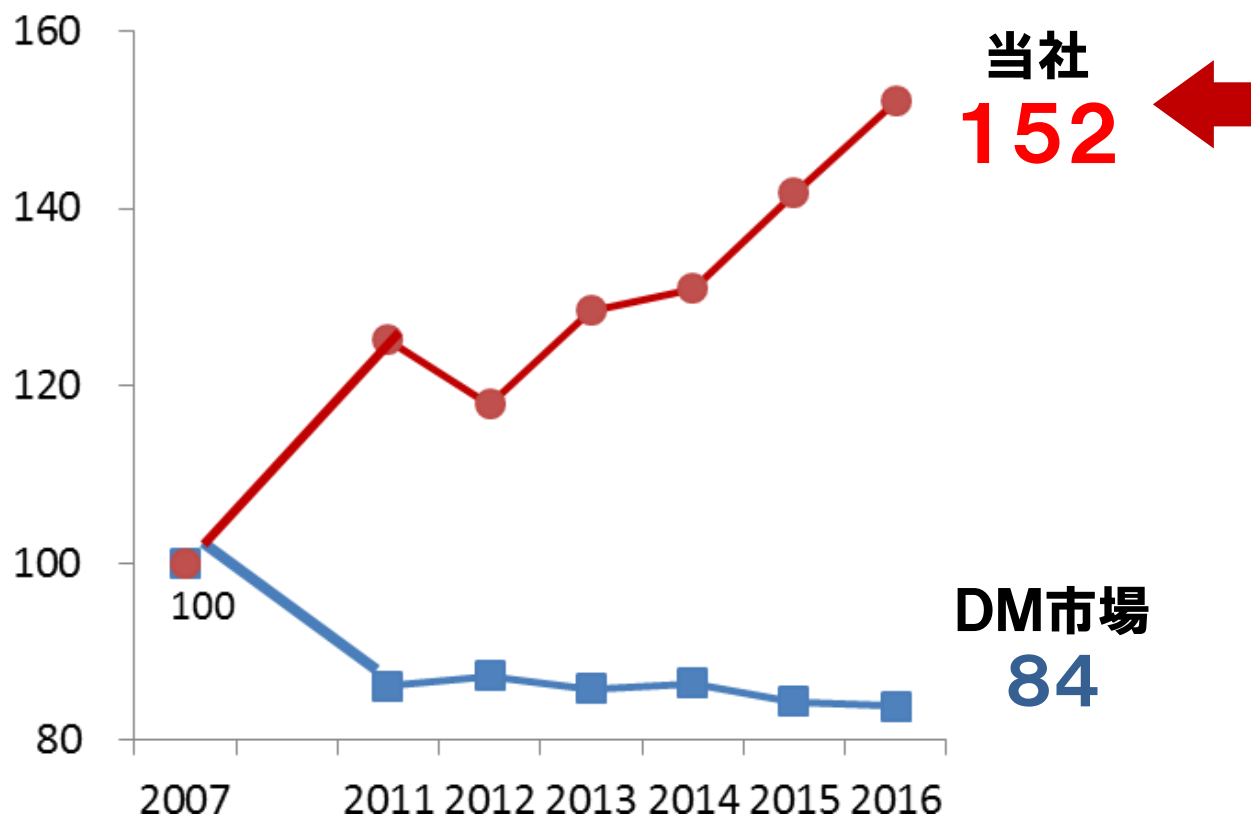
DM市場は、縮小に歯止めがかかり、ほぼ横ばいで推移。



出所：電通「2016年日本の広告費」より作成

ほぼ横ばいのDM市場でも当社の取扱いは拡大傾向。

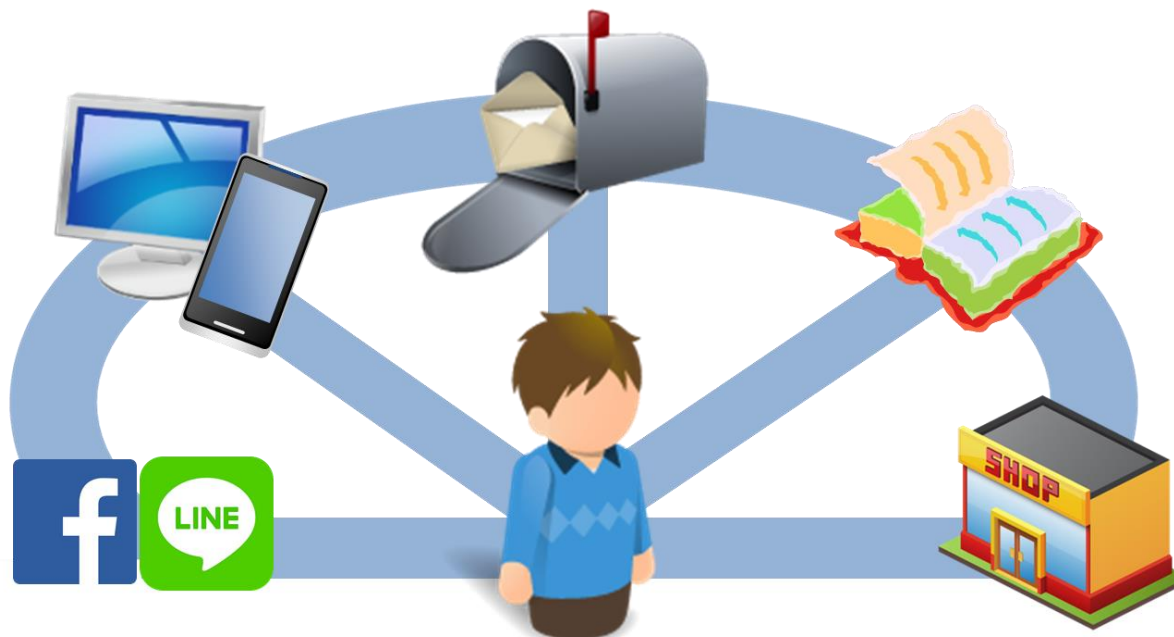
当社DM売上高(うち送料)との比較 (2007年=100として指数化)



出所：電通「2016年日本の広告費」を参考に作成

「紙 か デジタル」から「紙 と デジタル」の
相乗効果による新たな価値創造へ。

Web、スマホ、SNS、店舗… 生活者との接点が多様化。



デジタルだけでは、完結しない…

eメール

**費用は安い
反応率が低い**
※反応率0.12%

DM(紙)

**費用は高いが
反応率も高い**
※反応率4.4%

Webサイト

印象を与える

理解をさせる

ネット広告

新規顧客獲得

顧客生涯価値

※数値はDMA(米国ダイレクトマーケティング協会)2012年調べ
「未来を創る」 ジョー・W・ウェブ/リチャード・M・ロマより引用

**オンライン、オフラインに関係なく、目的やねらいに応じて、
複数のチャンネルで適切にコミュニケーション。**

リアルとWeb、販促と物流の好循環による新たな収益機会。

1 デジタル時代のDMへの対応強化

2 顧客企業の売上を伸ばす物流事業推進

3 2020年に向けたSP・イベント受注促進



企業と生活者のよい関係づくりをトータルサポート

基本戦略 **1**

デジタル時代のDMへの対応強化

Webの行動をタイムリーにDMへ反映。

従来は…

過去の購買履歴でターゲットを選定

▼
今後は…

顧客が「今」Webで行動した内容を捉えて、リアルなDMで購買を後押し



AI（人工知能）が作るレコメンド型DM。

従来は…

売りたい商品・サービスを一斉DM

今後は…

AIがビッグデータを学習…

過去の
購買データ

Webサイト
閲覧履歴

外部の
トレンド情報



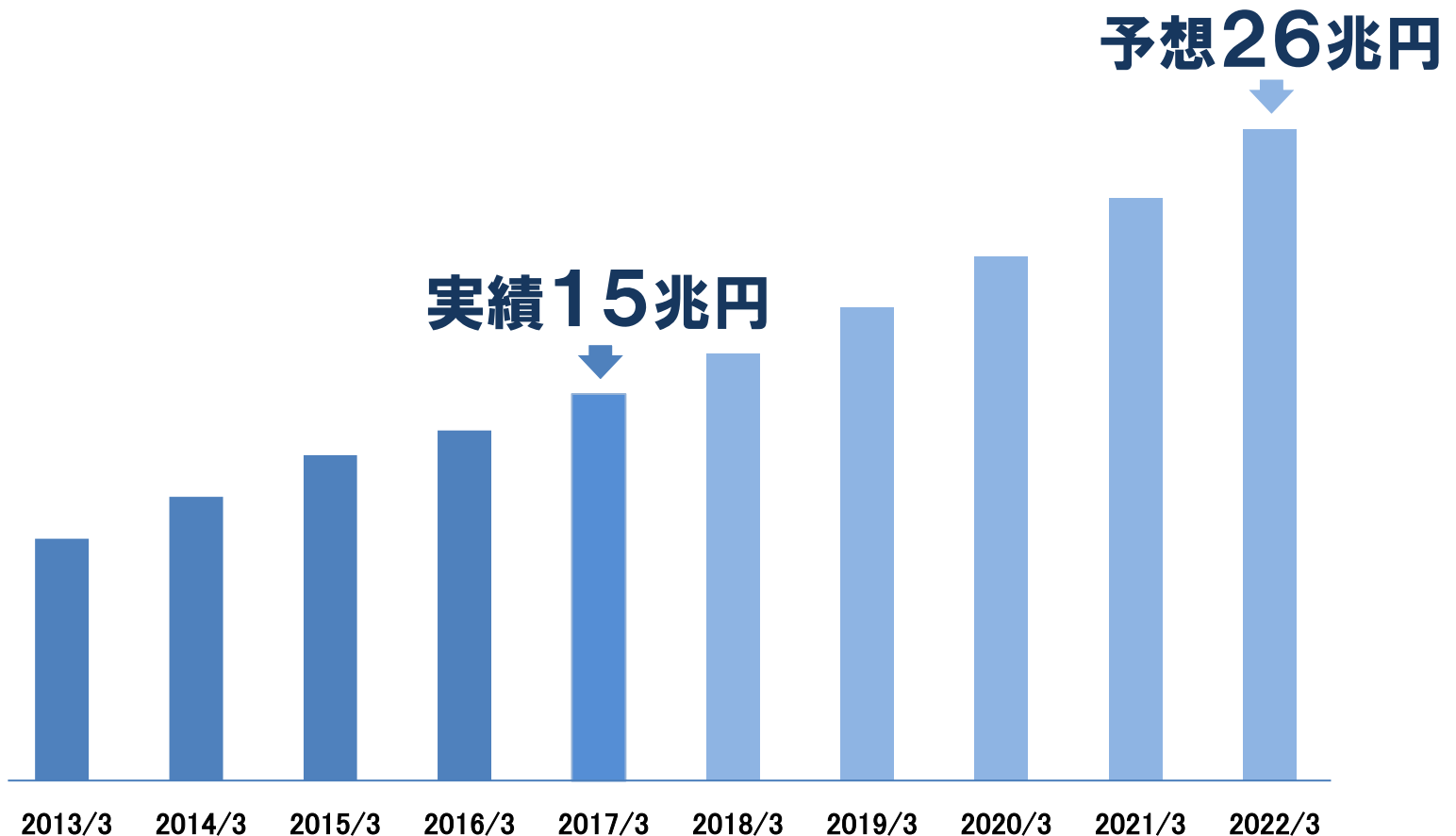
誰が、何に反応するか…



基本戦略 **2**

顧客企業の売上を伸ばす物流事業

EC市場拡大を追い風として出荷に伴うサービス増加に期待。



物流は、DM事業のノウハウを活かせる有望領域。

✓ 物流とDMの共通フロー

情報処理

保管

アッセンブリ

発送手配

アフターフォロー

✓ 物流とDMに活かせるノウハウ

セキュアな個人情報取扱い

多品種・大量の物品管理

宛先ごとに異なる複雑な作業対応力

組合せとスケールメリットでコスト最適化

コールセンター・事務局機能活用

✓ 有望市場

物流・DM両方のニーズを持つ通販分野

ダイレクトマーケティング支援の当社ならではの物流サービス。

通常の
物流…

ご注文 ~ 翌日お届け

ミッション
終了

当社は…

購買情報を活用して…

さらに
販売促進



さらに…

お届けのとき…次回お勧め商品案内を同梱



2週間後…
フォローコール

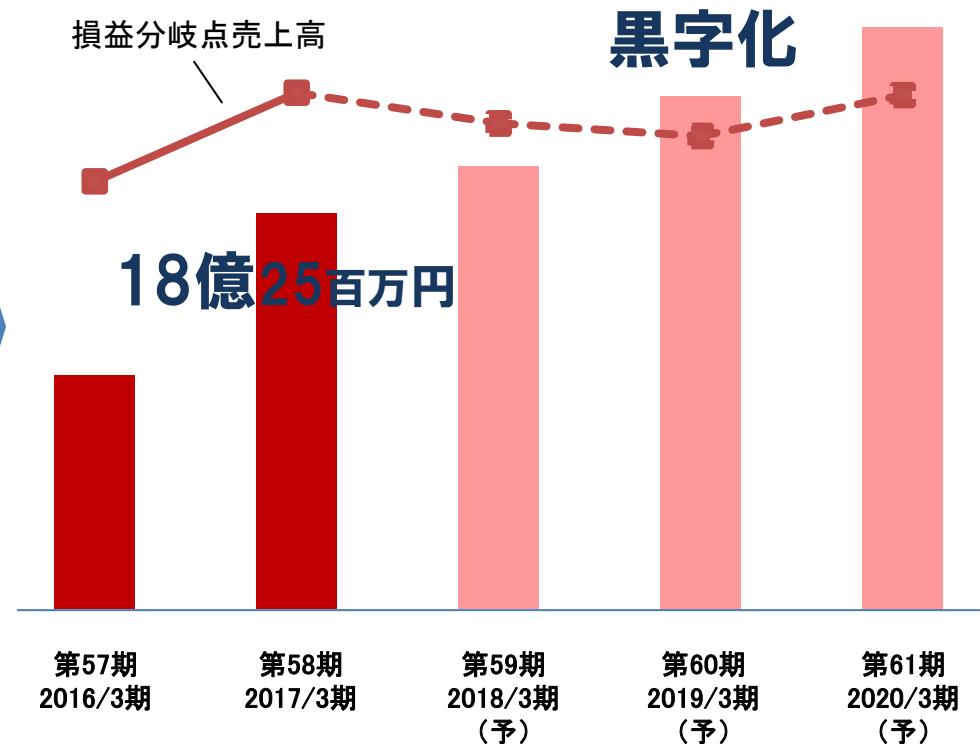


4週間後…
定期購入切替DM

物流サービスの拡充～2019年3月期部門収支黒字化見通し。

- 高採算案件の取込み
- 機械化による生産性向上
- 在庫保管方法の改善
- 業務効率化による社員人件費抑制
- パート戦力化による雑給費抑制

川島センター売上高推移



基本戦略 **3**

2020年に向けたSP・イベント受注促進

東京オリンピック、地方創生ニーズなどを捉えて受注促進。

- ・ マニュアル作成
- ・ 展示企画制作
- ・ 運営事務局
- ・ 警備誘導

+

- 活かせるDMノウハウ
- ⇒ 招待状発送
- ⇒ 来場者情報管理
- ⇒ 各種ツール制作

- スポーツ
- ビジネスショー
- 流通店舗支援
- 地方活性化事業
- 大学・自治体

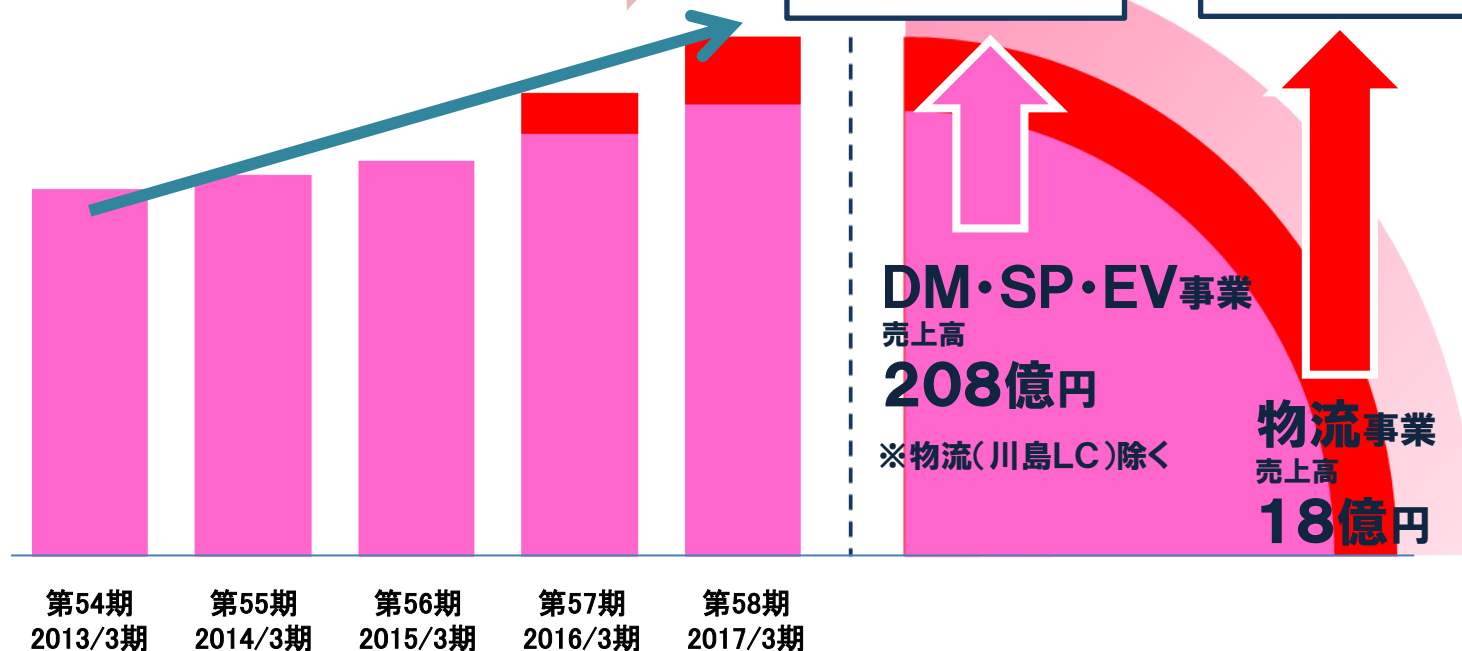


伸び代の続くDM・SP・イベント事業と、 成長期待の大きい物流事業で、事業規模を拡大。

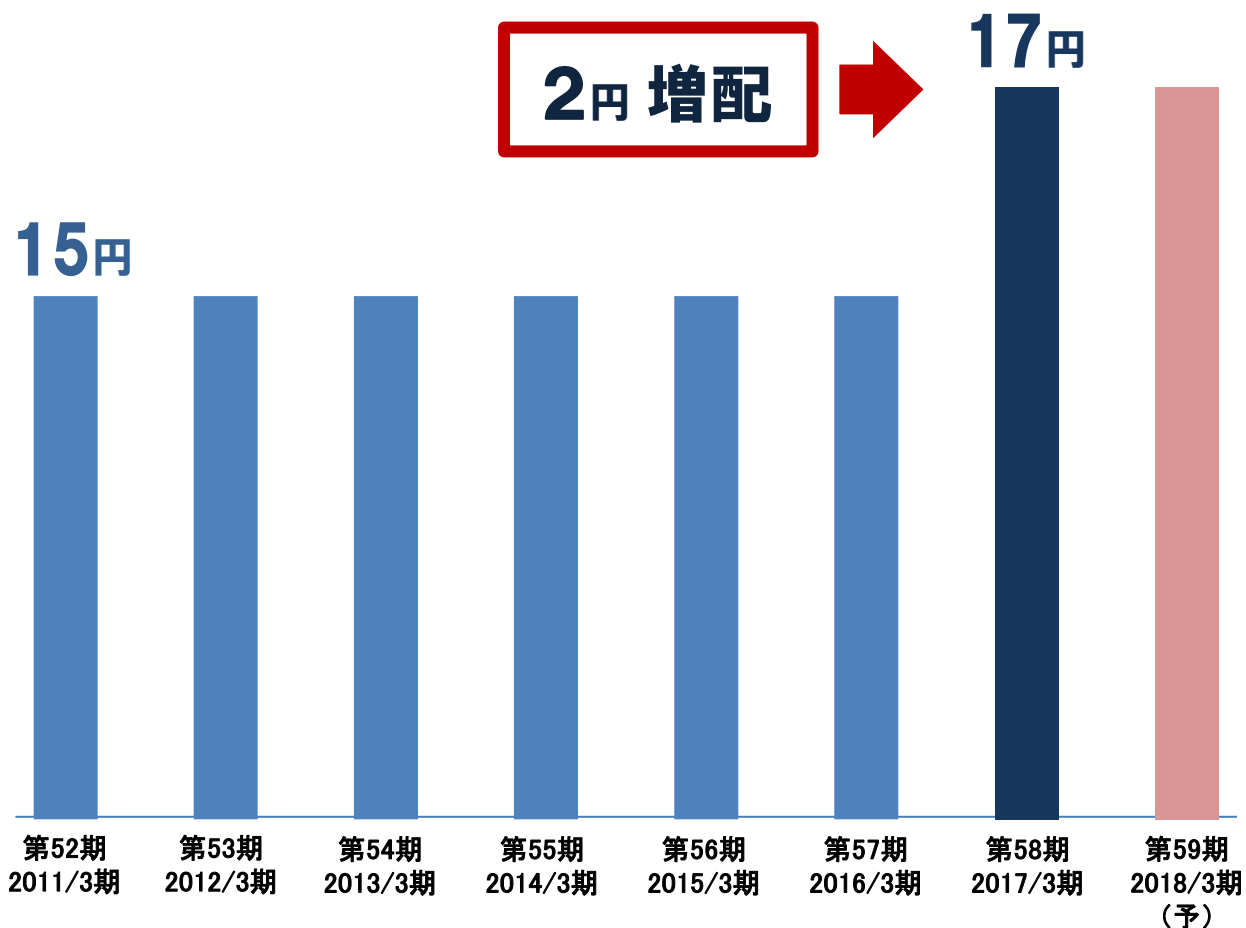
- ✓ デジタル時代のDMへの対応強化
- ✓ 顧客企業の売上を伸ばす物流事業開発
- ✓ 2020年に向けたSP・イベント受注促進

売上高 営業利益
250億円、15億円規模へ…

売上高 売上高
222億円 + 28億円



まずは、物流事業をしっかりと軌道に乗せ、
 そのうえで収益性の改善を見ながら、
 それに応じた株主還元の充実を考えていく。





**顧客企業と生活者の
よい関係づくりを
トータルサポート**

4

參考資料

本社所在地	東京都千代田区神田小川町一丁目11番地
代表者	代表取締役 山本克彦
設立	1961年4月
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ダイレクトメール部門・セールスプロモーション部門・イベント部門・賃貸部門
資本金	1,092,601,000円
社員数	301人（2017年3月31日現在）
決算期	3月
上場市場	東京証券取引所JASDAQ（証券コード9782）

株式会社ディーエムエス

D

Direct Communication

ダイレクトにレスポンスが取れる領域
で事業を行う

M

Mail & Marketing

創業からの強みであるDMにはじまり
マーケティング全般を事業領域とする

S

Symbolic Station

シンボリックな存在
知恵の集まる場を目指す

広がりのある事業領域と先端を目指す志をこめた社名です。



2016.3 売上高200億円突破

2015.4 川島ロジスティクスセンター開設

2015.1 ISO9001 (品質管理) 認証取得

2013.5 福岡営業所開設

2010.12 本社新社屋完成

2010.10 浦和ロジスティクスセンター開設

2005.10 ISMS (情報セキュリティ) 認証取得

2004.12 JASDAQ証券取引所上場

2004.7 業務センター開設 (事業所統合)

2004.4 (株) ティーディーエムを吸収合併

1999.2 プライバシーマーク認証取得

1995.10 株式会社店頭登録

1991.4 (株) ティーエムエスに社名変更

1964.8 大阪支社開設

1961.4 ダイレクト・メール・サービス株式会社設立





ロジスティクスをご利用の・・・

グレーストーン様 (東京ばな奈)



「貴社にとって、ロジスティクスは・・・」

通販では、大切な方への贈答やお取り寄せなどで、まとめてお買い上げになるお客様が多いのが特徴です。このため一人のお客様がお買い上げになる商品の数や組み合わせは、文字通り**千差万別**です。
商品そのものの品質は勿論のことですが、ご注文いただいた商品を正確かつ速やかにお届けすることも、**顧客満足に直結**するものです。対面販売ではない通販だからこそ、ロジスティクスは大変重要な要素だと思います。

「DMSはどんな存在ですか・・・」

通販商品の梱包・発送業務はもちろん、商品の詰合せや外装・リボンかけなどの細かい加工作業も行ってもらっています。また、注文やお問い合わせ対応のコールセンターやカタログDMの発送など物流関連のダイレクトコミュニケーションも**トータルサポート**してもらえるので、**業務進捗・情報の一元管理**が行え、お客様へのサービスと業務効率の向上を両立させることができています。

本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

管理本部 経理部
部長代理 橋本竜毅
03-3293-2961