

2018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
- 2018年5月22日

- 1** 2018年3月期決算概要
及び2019年3月期予想
 - 2** 中期経営計画・利益還元
- 付** 参考資料

1 2018年3月期実績

売上高は計画を上回り増収
利益は計画外の物流センター拡張費用分が未達

2 2019年3月期予想

売上高はプラス10億円の増収
利益は成長投資から横ばいの微増

3 中期経営計画

5年後に売上高300億円(年平均成長率4.6%)
営業利益20億円(年平均成長率12.7%)を目指す

本日は、3つのことをお伝えします。

1点目は、2018年3月期の実績について。

2点目は、2019年3月期の予想についてです。

いずれも増収を基調としていますが、

一方で、将来に向けた成長投資が一時的に利益を抑える格好にもなっています。それらの要因とねらいをお伝えします。

3点目は、中期経営計画についてです。

当社は、昨年から、投資家の皆さまとの対話の機会を増やしていますが、こうした活動を通して、中期的な展望についても知りたいという声を多くいただきました。そこで、投資家の皆さまのさらなるご理解をいただくため、初めて中期経営計画として公表することにしました。

1

2018年3月期決算概要 及び2019年3月期予想

(単位：百万円)

	2017/3期		2018/3期			
	実績	売上比	実績	増減	増減率	売上比
売上高	22,655	100.0%	24,004	1,348	6.0%	100.0%
売上原価	20,300	89.6%	21,683	1,382	6.8%	90.3%
売上総利益	2,354	10.4%	2,320	▲34	▲1.4%	9.7%
販売費及び一般管理費	1,137	5.0%	1,222	84	7.5%	5.1%
営業利益	1,217	5.4%	1,098	▲118	▲9.8%	4.6%
営業外収益	21	0.1%	27	6	28.5%	0.1%
営業外費用	30	0.1%	19	▲11	▲37.5%	0.1%
経常利益	1,208	5.3%	1,107	▲101	▲8.4%	4.6%
特別利益	-	-	29	29	-	0.1%
特別損失	6	0.0%	13	6	105.7%	0.1%
税金等調整前当期純利益	1,202	5.3%	1,123	▲78	▲6.5%	4.7%
法人税等合計	377	1.7%	356	▲20	▲5.5%	1.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	824	3.6%	767	▲57	▲7.0%	3.2%
一株当たり当期純利益(円)	141.65		131.80			
一株当たり配当金(円)	17.0		20.0			

売上高	主力のDMの好調に加え、物流サービスの取扱い増加
利益	増収効果は継続だが物流事業所拡充の一過性費用が負担に

5

2018年3月期の実績は、
売上高240億4百万円と前期比6.0%増、
営業利益は10億98百万円と同9.8%減、
経常利益は11億7百万円と同8.4%減となりました。

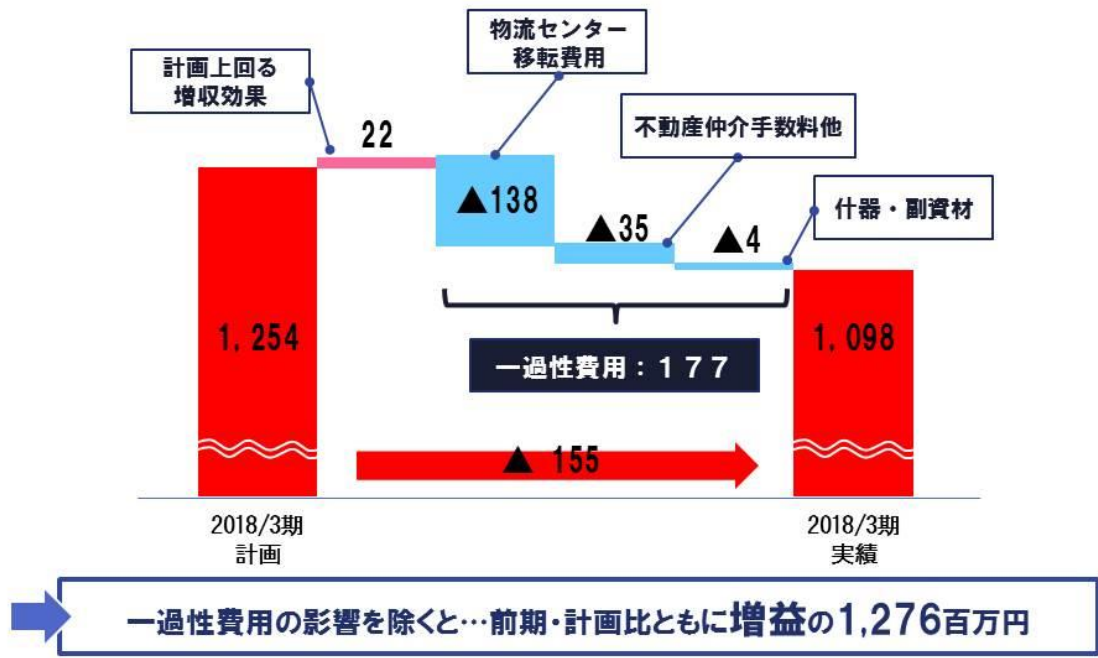
売上高の好調は、主力のダイレクトメールに加えて、
新たな物流サービスの取扱いが増えてきたことが要因です。

営業利益は、増収効果があった一方で、
期初計画に含んでいなかった物流センター移転拡張の費用が
負担となりました。

ただしこれらの費用は、一過性のものですので、
今期2019年3月期の業績に影響するものではありません。

(単位: 百万円)

成長投資(計画外の物流センター拡張費用)分が未達要因



減益の要因となった物流センター拡張に関する費用の影響は、図の青い部分にあたります。

- ・物流センター移転費用138百万円
- ・不動産仲介手数料他35百万円
- ・什器・副資材費4百万円

これらは、一過性の費用(計177百万円)です。

仮に、この影響を除くと、前期比、計画比ともに、増益の1,276百万円となり、事業としては引続き好調です。

セグメント別収益（前期比）

(単位：百万円)

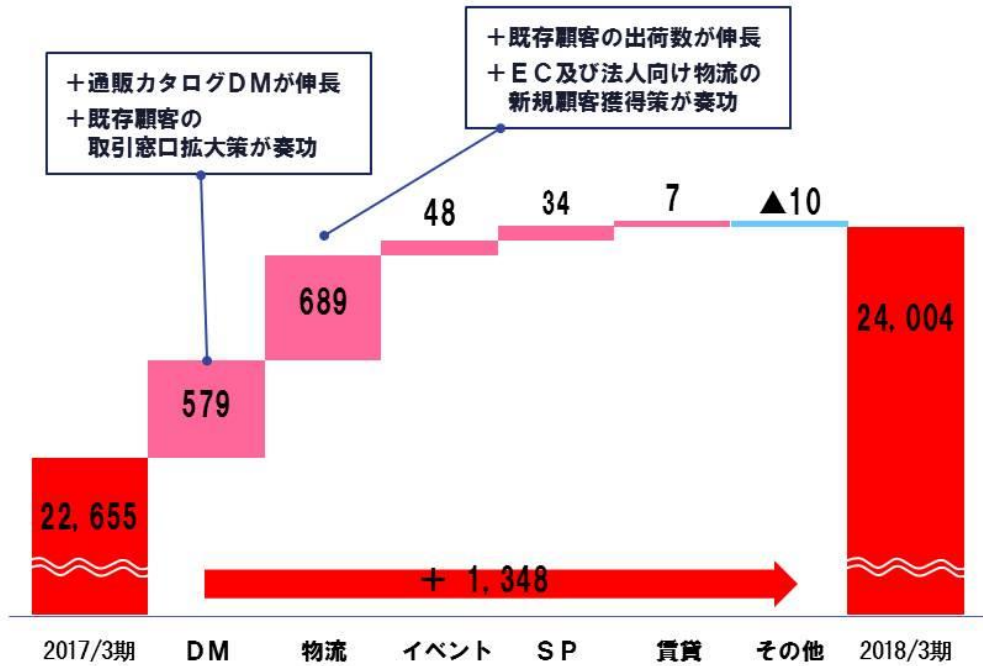
	2017/3期		2018/3期				
	実績	構成比	実績	増減	増減率	構成比	
売上高	DM	20,972	92.6%	22,240	1,268	6.1%	92.7%
	セールスプロモーション	1,025	4.5%	1,060	34	3.4%	4.4%
	イベント	560	2.5%	608	48	8.7%	2.5%
	賃貸	73	0.3%	80	7	10.2%	0.3%
	その他	23	0.1%	12	▲10	▲44.2%	0.1%
	計	22,655	100.0%	24,004	1,348	6.0%	100.0%
セグメント利益	DM	1,497	87.8%	1,454	▲43	▲2.9%	87.3%
	(利益率)	7.1%		6.5%			
	セールスプロモーション	159	9.4%	153	▲6	▲3.8%	9.2%
	(利益率)	15.6%		14.5%			
	イベント	▲2	▲0.2%	▲0	2	—	▲0.0%
	(利益率)	—		—			
	賃貸	36	2.1%	46	10	27.7%	2.8%
その他	15	1.0%	12	▲3	▲21.7%	0.7%	
計	1,706	100.0%	1,666	▲40	▲2.4%	100.0%	
全社費用等	▲489		▲567	▲78	—		
営業利益	1,217		1,098	▲118	▲9.8%		
(利益率)	5.4%		4.6%				

DMIは既存顧客の取引窓口拡大策が奏功、物流も新規受注が伸び、物流事業所の拡充や事業税等の増加により全社費用が増加。

セグメント別収益の状況です。
次の頁以降に売上高と営業利益の要因をお示ししています。

【売上高】 (前期比)

(単位：百万円)



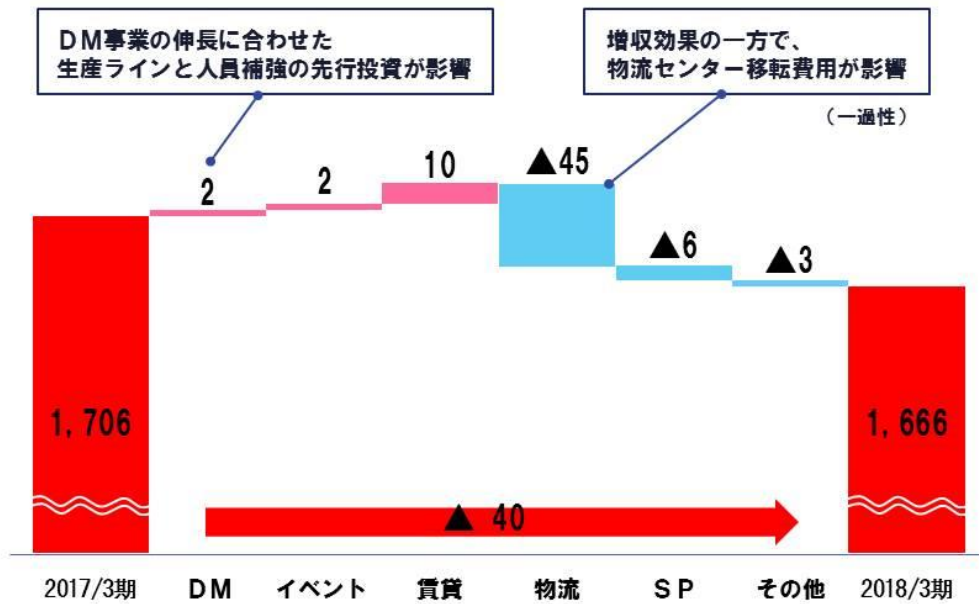
売上高の要因です。

ダイレクトメール部門では、通販カタログDMの取扱い増加や既存取引先の窓口拡大策などが功を奏しています。

物流は、すでに受注している通販などの荷主の出荷数が順調に伸びた他、新規の定期継続案件が獲得できたことが貢献しています。

【セグメント利益】（前期比）

(単位：百万円)



利益の要因です。

ダイレクトメール部門では、事業の伸長に合わせて生産ラインや人員補強に先行投資をしていますが、それでも利益を伸ばす結果が出ています。

物流は、増収効果が出ている一方で、前述の物流センター移転拡張に費用を要したため、利益を抑えることになりました。ただし、この費用は一過性のものであり、受注自体は順調なので、以前からお伝えしている2019年3月期の部門収支黒字化は十分達成できるとみています。

	第59期 2018/3期 【実績】	第60期 2019/3期 【予想】	対前年度比
売上高	24,004	25,004	+4.2%
営業利益	1,098	1,104	+0.5%
経常利益	1,107	1,124	+1.5%
1株当たり 当期純利益	131.80円	131.88円	—
配当性向	15.2%	15.2%	—

売上高	DM、物流の受注増に西日本強化の効果が加わる。
利益	物流センター黒字化の一方で次なる成長投資。

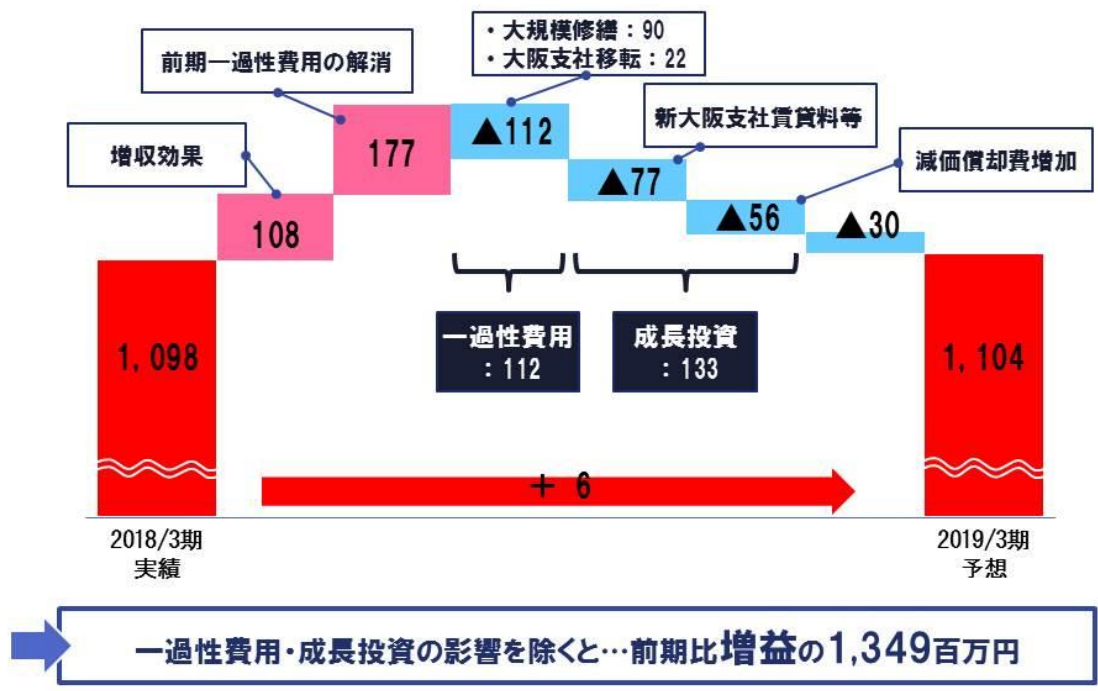
2019年3月期の業績予想です。

売上高は、前期比4.2%増加の250億4百万円。
営業利益は、前期比0.5%増加の11億4百万円を見込んでいます。

DM、物流の好調に加え、西日本でも増収効果が期待できるとみています。また、物流センターも予定通り、今期2019年3月期で黒字化する見込みです。
一方で、さらなる成長投資を予定しており、その分の影響で利益面では、微増となる見込みです。

(単位: 百万円)

成長投資が一時的に利益を抑える



11

2019年3月期の営業利益予想の要因です。

増収効果と物流センター移転拡張に関する前期の一過性費用が解消することでプラスとなります。

一方で、今期においても成長投資を加速させるため、営業利益は微増の予定です。

今期の投資は、一過性の費用(計112百万円)として、拠点の大規模修繕費用(下期)と7月に予定している大阪支社移転の費用が発生することと、新大阪支社の賃貸料やメーリング機器等の減価償却費増加といった成長投資(計133百万円)です。

仮に、これらの費用の影響を除くと、前期比増益の1,349百万円となり、事業としては引続き好調です。

	2018/3期【実績】	2019/3期【予想】
DM関連機器	80	565
物流センター移転	96	—
大阪支社移転	—	122
事務機器及びシステム	190	31
その他	129	26
【投資額合計】	497	744
【減価償却費】	523	579

設備投資の状況です。

2018年3月期は、例年の水準でDM関連機器の更新を行いました。これに加えて、物流センターの移転拡張と基幹システムの更新をはじめとしたIT投資に注力しました。

2019年3月期は、今後の成長を見越して、封入封函機やデジタルプリンタなどのDM関連機器、さらに西日本エリアの事業再構築のため、大阪支社の移転拡張といった先行投資を拡大する予定です。

2

中期経営計画

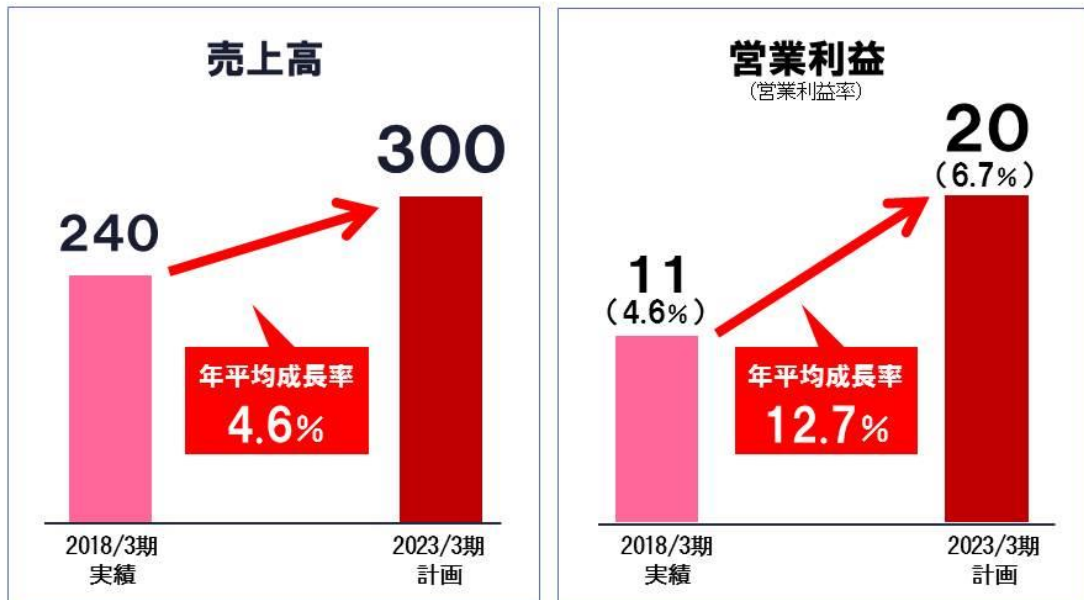


当社は、従来から事業としてきた、DM、セールスプロモーション、イベントといったリアル分野と、発展が著しいデジタルの連携による新たなビジネスチャンスの開発をテーマとしてきました。

そして、このチャンスを活かすために、物流事業の拡大と企画提案型サービスの強化に取り組んでいるところです。

また、これらの基盤となる、業務部門の生産性向上と品質管理や個人情報保護の管理体制を継続的に改善することを基本方針としてきました。

(単位：億円)



こうした基本方針に基づいて策定した今回の中期経営計画では、5年後の2023年3月期までの目標として、売上高300億円、営業利益20億円を目指すことにしています。

- 1 デジタル時代のDM強化**
- 2 先端設備充実による生産性向上**
- 3 西日本エリアの事業再構築**
- 4 3つの分野で物流を伸ばす**
- 5 2020オリンピック需要の取込み**

この目標の達成のために5つの重点施策を策定しています。

情報技術やAIの進展により蓄積されるデータの利用が高度化することにともない従来以上にDMの利用価値訴求を推進

1. データ活用

- ⇒ **ECの拡大**で増加する顧客データベースの活用機会が増大
- ⇒ **Web上の行動データ**と顧客データを組合わせてDM効果向上
- ⇒ **ビッグデータ**を利用してDMを新たな外部媒体として活用

2. DMとデジタルのメディア連携

- ⇒ DMと**eメール**、**Webサイト**、**SNS**の連携で販促効果向上

事例



17

一つ目の重点施策は、デジタル時代のDM強化です。今、企業が店舗やネットなどから収集したデータを販売促進に活用することに注目が集まっています。DMは、もともと個人データを活用して発信する広告手段なので、こうしたデータ活用環境が追い風になります。

【1.データ活用】

EC通販拡大で企業の持つ顧客データが増え、その活用機会が増大しています。また、データベースの中の情報だけでなくWeb上の行動データとの組み合わせでDM効果を向上させることができるようになってきました。さらに、これらのビッグデータを利用したDMを外部媒体として他社に提供する新たな需要も現れています。

【2.DMとデジタルのメディア連携】

これからは、DM単独ではなく、eメールやサイトやSNSとの連携で効果を高めることも行われます。

こうした取組みに対応することで、DMの受注機会を拡げ、サービス範囲も広げることで、売上高220億円を超える規模にしていきます。

事業拡大に合わせて業務部門の生産性を向上

1. 生産機器の拡充

⇒ メーリングマシン、デジタルプリンタ新設で受注増カバー

 **3割超増産体制**

2. 先端設備による省人・自動化

Movie

⇒ 従来人手に頼っていた作業を軽減する技術活用の検討

 **人件費削減**
 **人手不足による機会損失の回避**

DM事業の拡大に呼応する生産体制の強化が二つ目の重点施策です。

事業の拡大に応じて、情報処理、生産加工、物流、顧客対応の各分野でも、ますます生産性の向上が求められます。

これに対して、

【1.生産機器の拡充】

受注増に見合うメーリングマシンやデジタルプリンタを拡充して対応します。

【2.先端設備による省人・自動化】

さらに今後は、先端設備を使った省人化・自動化も検討したいと考えています。実現すれば、人件費の削減や人手不足による機会損失の回避が期待できます。

首都圏集中型の従来体制に加えて、関西・九州の商圏を強化

1. 大阪支社移転拡張 (2018年7月開設予定)

- ⇒ DM・物流の業務スペースを1.5倍に生産能力を3倍に増強
- ⇒ 本社から営業要員を補充し協業社への常駐体制を確保

2. 九州エリアのパートナー協業

- ⇒ 地場のパートナーと通販事業者の新規開拓を推進



19

重点施策の三つ目は、西日本エリアの事業再構築です。従来、当社では、顧客企業の広告・販促部門が東京本社にあることが多いことから、東京を中心に拠点の整備をしてきました。しかし、実際は、大阪にも九州にも有力な企業は多く、ネット社会を背景にEC通販などでますます存在感を高めています。

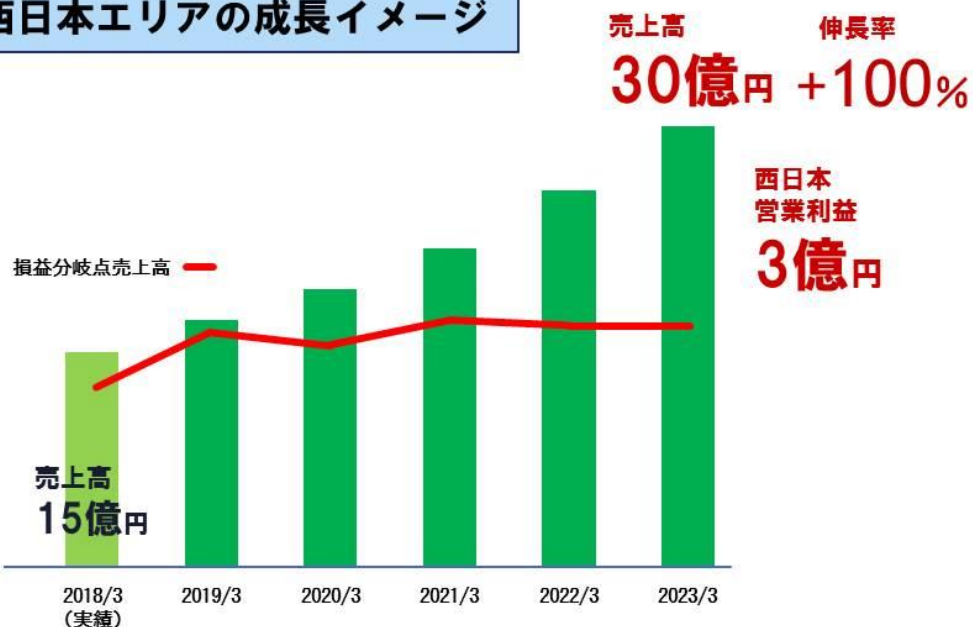
【1.大阪支社移転拡張】

こうした状況の中、本年7月に大阪支社を移転拡張する予定です。これにより、業務スペースは1.5倍となり、さらに生産機器の増強で生産能力を3倍にしていきます。また、本社から営業要員を補充し受注拡大を図ります。

【2.九州エリアのパートナー協業】

一方、九州エリアでも福岡営業所を起点に地場の有力パートナーと協業し、通販事業者をはじめとした新規顧客開拓を進めていきます。

西日本エリアの成長イメージ



こうした取組みにより、改めて西日本エリアの営業・生産体制の強化を行うことで、現在の売上高15億円を5年後には30億円の規模に再構築したいと考えています。

通年案件(定期的な出荷があり規模も拡大傾向)の確保で採算性向上

1. 通販出荷物流

⇒ 市場拡大を背景に案件確保～販促支援で物量底上げ

+50%

2. 販促支援物流

⇒ 法人間、本社-店舗間の物流アウトソーシング需要開発

+30%

広告代理店・印刷会社との関係を活かして大型スポットを安定確保

3. キャンペーン物流

⇒ 消費者プレゼントやポイントサービスの景品発送業務

+10%



四つ目の重点施策は3つの分野で物流を伸ばしていくことです。まず、通年で定期的な出荷があり規模的にも拡大傾向のある分野で案件を確保することにより採算性を向上させていきます。

【1. 通販出荷】

市場が拡大しているEC通販の出荷代行では、既存事業であるDMをはじめとした販促支援サービスを合わせて提供することで、受注後の物量の底上げも図っていきたくと考えています。

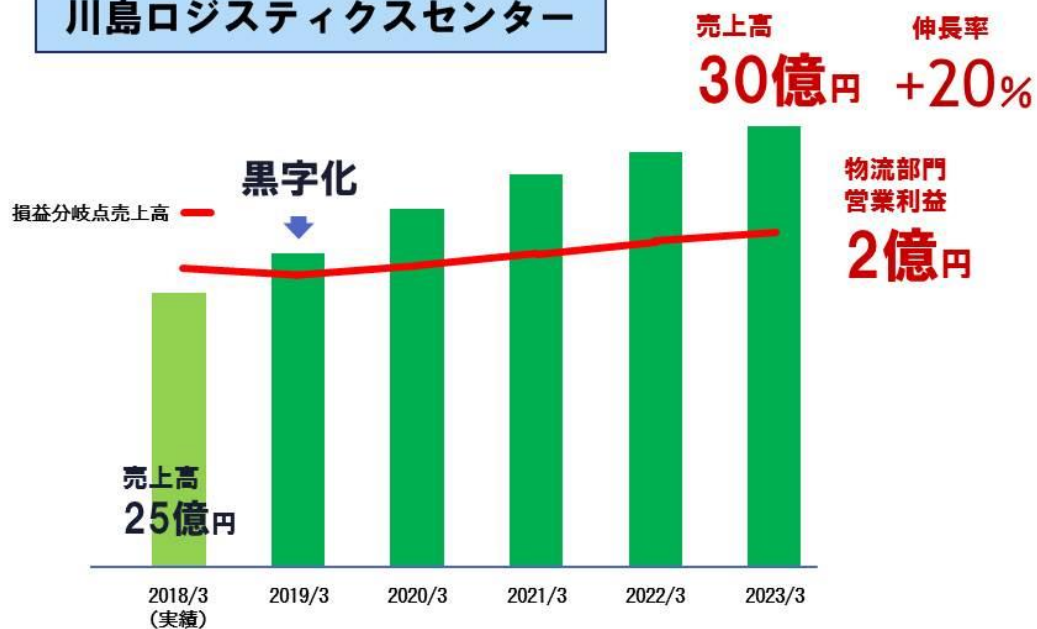
【2. 販促支援物流】

企業の本社から店舗へポスターやカタログなどの販促資材や用度品を送り込む物流アウトソーシングの需要を取り込みます。

【3. キャンペーン物流】

広告代理店や大手印刷会社との取引関係を活かして、消費者プレゼントキャンペーンやポイントサービス景品物流の大型スポット案件を安定的に確保します。

川島ロジスティクスセンター



これらの取組みにより、今期2019年3月期には物流の部門収支黒字化を果たし、さらに売上高30億円規模を目指します。

旧川島センターでの受注が順調に進んだことで、
次なる**30億円規模**を視野に入れた業容拡大を図る。

2018年1月9日開設

1.5倍に拡張



23

この布石として、今年2018年1月に、従来の1.5倍の規模となる約7,000坪の物流センターに移転拡張したところです。

長年にわたるスポーツ・文化イベントの運営支援ノウハウをもとに受注促進

1. 2020年まで

- ⇒ 大手広告代理店との関係を活かし**オリンピック関連**イベント強化
- ⇒ 花火祭、各種運営ノウハウを活かして**エンタメ系**イベントを支援

2. 2020年以降

- ⇒ スポーツ振興など2020年までの新規イベントの**定番化**需要



24

五つ目の重点施策は、2020東京オリンピックに向けたイベント需要の取込みです。

【1.2020年まで】

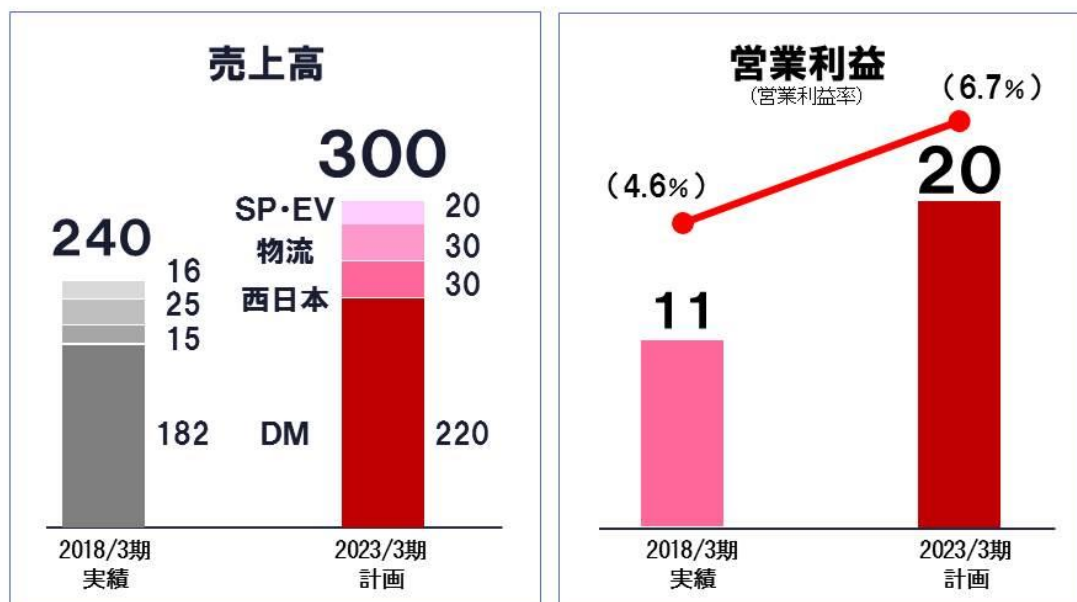
大手広告代理店との取引関係を活かして、オリンピックに向けて開催されるさまざまなスポーツイベントやエンタメ系イベントなどの有力案件取込みを強化します。

【2.2020年以降】

2020年以降も、イベント運営ノウハウを活かして、案件の定着化や新規受注を継続していきます。

SP、イベント分野では、こうした取組みにより、売上20億円規模を確保したいと考えています。

(単位：億円)



以上の重点施策をはじめとして、伸びしろの続くDM事業と、今後の成長が期待される物流事業の増収効果と収益力強化により、中期目標の売上高300億円、営業利益20億円を達成させ、さらにその先の成長を目指してまいります。

より一層の株主の皆様への利益還元を図るため、業績に応じた利益配分の目安として、
段階的に配当性向**30%**を目指します。

利益還元につきましては、2018年3月期の一株当たり配当額を前年度の17円から3円増配し20円としました。
また、より一層の株主の皆様への利益還元を図るため、業績に応じた利益配分の目安として、
段階的に配当性向30%を目指すこととしています。



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

今期は、引続き増収を見込む一方で、利益面では、一旦足踏みをする形となります。ただし、これは、さらなる成長を果たすための先行投資によるものであることから、むしろ今後のポテンシャルにご期待いただきたいと考えています。

今後も当社は、
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
する企業として、社会に貢献してまいります。

付

参考資料

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	・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	292人（2018年4月1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）

(単位：百万円)

	2014/3期 実績	2015/3期 実績	2016/3期 実績	2017/3期 実績	2018/3期 実績	2019/3期 予想
売上高	18,277	18,740	21,108	22,655	24,004	25,004
営業利益	1,195	1,085	1,046	1,217	1,098	1,104
経常利益	1,162	1,062	1,030	1,208	1,107	1,124
親会社株主に帰属する当期純利益	729	656	687	824	767	768
総資産	13,284	13,875	13,710	15,026	15,713	
純資産	7,922	8,778	9,189	10,016	10,702	
自己資本比率(%)	59.6	63.3	67.0	66.7	68.1	
有利子負債	2,412	1,961	1,501	1,193	669	
ROE(%)	9.6	7.9	7.7	8.6	7.4	
一株当たり当期純利益(円)	125.24	112.81	118.13	141.65	131.80	131.88
一株当たり配当金(円)	15	15	15	17	20	20

セグメント別収益推移

(単位：百万円)

		2014/3期 実績	2015/3期 実績	2016/3期 実績	2017/3期 実績	2018/3期 実績
売上高	DM	16,561	16,838	19,207	20,972	22,240
	セールスプロモーション	1,044	1,112	1,092	1,025	1,060
	イベント	580	692	708	560	608
	賃貸	59	63	73	73	80
	その他	31	34	26	23	12
	計	18,278	18,741	21,108	22,655	24,004
セグメント利益	DM	1,443	1,328	1,330	1,497	1,454
	(利益率)	8.7%	7.9%	6.9%	7.1%	6.5%
	セールスプロモーション	186	175	133	159	153
	(利益率)	17.8%	15.7%	12.2%	15.6%	14.5%
	イベント	15	18	27	▲ 2	▲ 0
	(利益率)	2.8%	2.6%	3.8%	—	—
賃貸	14	21	34	36	46	
その他	23	21	16	15	12	
計	1,682	1,565	1,542	1,706	1,666	
全社費用等		▲ 487	▲ 480	▲ 495	▲ 489	▲ 567
営業利益		1,195	1,085	1,046	1,217	1,098
(利益率)		6.5%	5.8%	5.0%	5.4%	4.6%

(単位：百万円)

	2018/3期		2019/3期			
	実績	売上比	予想	増減		売上比
売上高	24,004	100.0%	25,004	1,000	4.2%	100.0%
売上原価	21,683	90.3%	22,561	878	4.0%	90.2%
売上総利益	2,320	9.7%	2,443	123	5.3%	9.8%
販売費及び一般管理費	1,222	5.1%	1,339	117	9.6%	5.4%
営業利益	1,098	4.6%	1,104	6	0.5%	4.4%
営業外収益	27	0.1%	26	▲1	▲3.7%	0.1%
営業外費用	19	0.1%	6	▲13	▲68.4%	0.0%
経常利益	1,107	4.6%	1,124	17	1.5%	4.5%
特別利益	29	0.1%	—	▲29	—	—
特別損失	13	0.1%	—	▲13	—	—
税金等調整前当期純利益	1,123	4.7%	1,124	1	0.1%	4.5%
法人税等合計	356	1.5%	357	1	0.3%	1.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	767	3.2%	767	0	0.0%	3.1%
—株当たり当期純利益(円)	131.80			131.88		
—株当たり配当金(円)	20.0			20.0		

本資料には、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 橋本竜毅
03-3293-2961
keiri@dmsjp.co.jp