

# 株式会社ディーエムエス

(証券コード9782)

## 2021年3月期第2四半期 決算説明資料

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

**1** 2021年3月第2四半期実績

DM、イベント中心にコロナ禍の需要減退で減収減益。

**2** 事業環境と当社の取組み

下期に向けて案件回復の兆候あり。  
ウィズコロナの新常態に備えてサービス開発・業務改善。

**3** 2021年3月期業績見通し

データ活用社会の到来を背景にDM需要開発を強化。  
期初の今期予想及び中期経営計画を維持。

**1** 2021年3月期第2四半期決算概要

**2** 事業環境と当社の取組み

**3** 2021年3月期業績見通し

**4** 参考資料

**1**

# 2021年3月期第2四半期決算概要

	2020/3期2Q	2021/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	14,410	12,418	-1,992	-13.8%
営業利益	816	510	-306	-37.5%
経常利益	832	524	-308	-37.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	593	350	-243	-41.0%

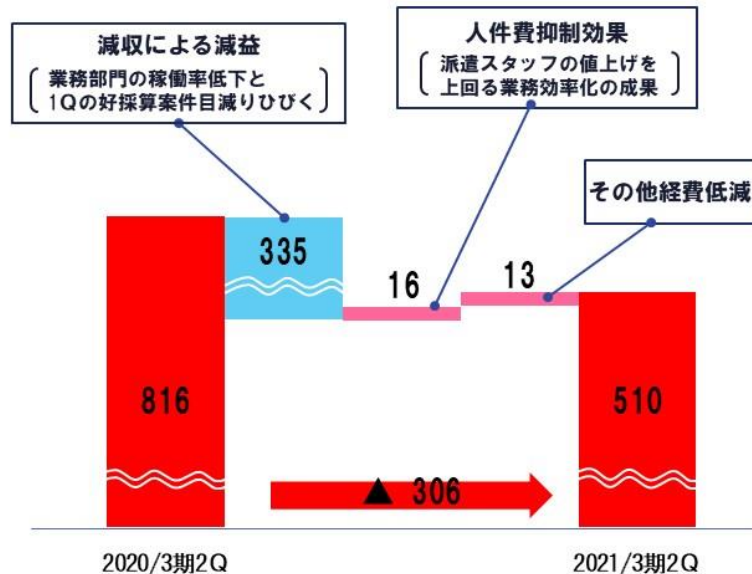
売上高	コロナ禍によるプロモーション需要減退の影響受け減収。
利益	減収と案件減少による業務部門の稼働率低下により減益。

2021年3月期第2四半期は、コロナ禍による幅広い業種におけるプロモーション需要減退の影響を受けることとなりました。

この結果、売上高は、前年同期比13.8%減収の124億18百万円、営業利益は、37.5%減益の5億10百万円、経常利益は、37.0%減益の5億24百万円となりました。

(単位：百万円)

## コロナ禍による減収と好採算案件の見送りが響く



6

営業利益は、前年同期比3億6百万円の減少です。

この要因としては、減収によるものが3億35百万円、案件の減少による業務部門の稼働率低下と、主に第1四半期の好採算案件が見送りになったことが影響しました。

一方で、期初に人件費高騰を折り込んでいましたが、業務効率改善の取組み成果により、人件費では16百万円のプラス要因がありました。また、その他の経費削減によっても13百万円のプラス要因がありました。

## ダイレクトメール事業

	2020/3期2Q	2021/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	11,733	10,797	-935	-8.0%
セグメント利益	977	793	-184	-18.9%

### 【主な要因】

- ▶ コロナ禍が顧客企業の販促体制に影響したことで案件見送り。
- ▶ 集客自粛と消費マインド減退で、商業施設・レジャーなどが縮小。
- ▶ 業務部門の稼働率低下と好採算案件の目減りがひびき減益。

ダイレクトメール事業の売上高は、前年同期比8.0%減少の107億97百万円、セグメント利益は、同18.9%減少の7億93百万円となりました。

コロナ禍で顧客企業でも十分な販促体制が整わず、予定していた案件が見送られることがありました。また、感染対策として集客を自粛する業種でも利用が縮小することとなりました。

利益面では、さきほども触れましたが、案件が減少することで、どうしても業務ラインにムラが生じてしまうことがあり、固定費の回収効率が低下することで、減収よりも影響が出たものです。

## 物流事業

	2020/3期2Q	2021/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	1,597	1,140	-457	-28.6%
セグメント利益	16	-19	-35	-

## 【主な要因】

- ▶ 新規受注案件とウィズコロナの通販利用増により取扱い拡大も、前年同期のスポット大型キャンペーン案件が反動。
- ▶ 社員の増員とパート・派遣の人件費増加がひびき減益。  
(一部案件の業務負荷に対処/改正派遣法による人件費高騰)

物流事業の売上高は、前年同期比28.6%減少の11億40百万円、セグメント利益は、19百万円の損失となりました。

この間、新規受注の成果やコロナ禍の通販利用増加による出荷数の拡大がありました。一方、前年7-9月期の扱いであったスポットの大型キャンペーン賞品発送案件の反動が減収の要因となりました。

また、利益面では、高難度業務に対応するため社員の配置を強化したこと、改正派遣法に対応する賃金上昇による労務費増加が影響しました。



## セールスプロモーション事業

	2020/3期2Q	2021/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	389	291	-98	-25.3%
セグメント利益	99	48	-50	-51.0%

## 【主な要因】

- ▶ 販促支援業務(プレゼントキャンペーン、各種応募・申込ドキュメント整理)の一部大型案件剥落により取扱い減少。
- ▶ 取扱い減少による業務部門の稼働率低下により減益。

セールスプロモーション事業の売上高は、前年同期比25.3%減少の2億91百万円、セグメント利益は、同51.0%減少の48百万円となりました。

各種販促支援業務の受注に注力しましたが、前年同期のプレゼントキャンペーン事務局や各種応募・申込のドキュメント整理業務など、一部の大型案件が剥落したことにより取扱いが減少しました。

また、このことによるコールセンターやバックオフィスの稼働率低下が減益の要因となりました。

## イベント事業

	2020/3期2Q	2021/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	635	130	-504	-79.4%
セグメント利益	29	-20	-49	-

## 【主な要因】

- ▶ コロナ禍により多くのイベント案件が縮小・中止。
- ▶ イベント縮小・中止により人件費をまかないきれず減益。

イベント事業の売上高は、前年同期比79.4%減少の1億30百万円、セグメント利益は、20百万円の損失となりました。

この分野では、国際的スポーツイベントの延期に代表されるように、感染拡大防止の観点から、ことごとく案件の縮小・中止が決定されました。

当社もこの影響を直接受けることとなり、前年同期の好調の反動ともあいまって大きな減少となりました。

## 2

# 事業環境と当社の取組み

## コロナ禍の影響

## 【影響範囲】

- 流通小売り・レジャーなどの集客プロモーションの自粛傾向。
- 顧客企業の販売する商品やリソースの状況によるDM見送り。
- イベントの開催自粛・延期による運営受託案件の見直し。

## 【当社の状況】

- 在宅率の上昇から、DM・物流事業とも通販分野の取扱い堅調。
- 磐石な既存顧客層と下期案件の取り込みに向けた商談を維持。
- 感染防止策を実施しながら全事業で操業を維持。
- 事業リソースの確保に特段の問題なく、3Q繁忙期に入る。

13

実際にどのような形でコロナの影響が出ているかをご説明します。やはり、流通小売り・レジャーなど集客を目的とするDMは自粛の対象となりました。また、サプライチェーンの寸断により顧客企業が販売したい商品自体がそろわない場合や、業種を問わず感染防止のために販売体制が整わない顧客企業からも案件の見送りがありました。また、イベント部門では、相次ぐ開催中止・延期の影響を受けることとなりました。

一方、通販分野では、在宅率の上昇もあり、DM、物流事業ともに取扱いが堅調です。また、当社では、既存顧客との継続取引が多いことから、ウェブ会議を利用して、下期案件の取り込みに向けた商談機会を維持することができています。

業務部門においても、感染防止を徹底のうえ、全事業で操業を維持してまいりました。現在も事業リソースに特段の問題はなく、繁忙期を迎えておりますので、どうか、ご安心ください。

## 1. 案件回復の兆候

経済再開の動きとともに・・・

- ➔ 自粛業界にも再開の動き
- ➔ 滞っていた輸入商材の戻り

**レジャー、店舗小売り、出社自粛の回復**

次に、今後の見通しについてご説明します。

未だ、コロナ禍の影響から脱しているわけではありませんが、一方で、経済再開を反映した動きも見られるようになっていきます。

当社を取り巻く環境においても、集客自粛の傾向があった顧客企業のプロモーション活動再開や滞っていた輸入商材の戻り、出社自粛の回復などにより、「案件回復の兆候」が見え始めています。

こうした動きが、下期に入り、活力を増してくるという期待が持てます。

## 2. 非接触の社会ニーズ

在宅消費が増えることで...

- ➔ 通販・直販のニューノーマル化
- ➔ プレゼントキャンペーンの応募増加

**DM・物流・SP事業ニーズの高まりを捉える**

また、コロナ禍により在宅消費が増えたことは、今後の通販利用の新常態化や一般消費財のプレゼントキャンペーン応募増加などの消費行動にあらわれてくるものと思われれます。

こうした「非接触の社会ニーズ」は、当社の中核とするDM、物流、セールスプロモーション事業が提供するサービスと親和性が高く、営業活動において、これらのニーズの高まりを的確に捉えることで、下期の成果につなげていけるものと考えています。

### 3. 緊急経済対策需要

官民一体で…

- ➔ わかりやすく周知するための広報
- ➔ 各種クーポンの受付・発送事務局

地方自治体・公共機関の対策関連ニーズ

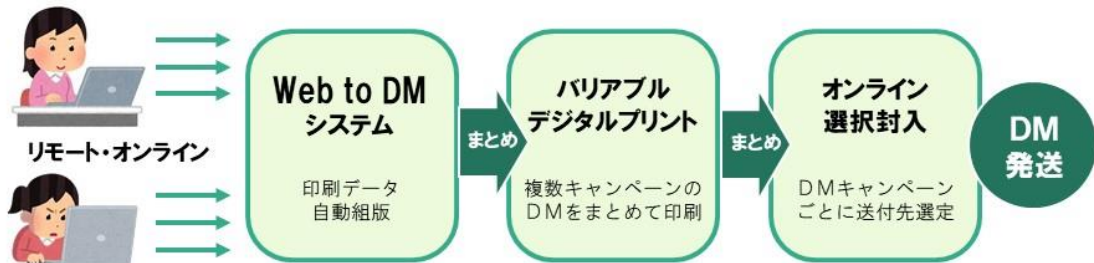
さらに、Go to キャンペーンをはじめとした緊急経済対策においても、官民一体で、わかりやすく周知するための広報やクーポンの受付・発送事務局などの実務が必要になります。

こうした「地方自治体・公共機関の対策関連ニーズ」にも、社会貢献を兼ね合わせて当社事業の有用性を発揮できる場があると考えております。

# 1. DMサービスのオンライン化

複数のDMキャンペーン扱う  
顧客企業の担当者...

まとめて... 制作⇒印刷⇒封入・発送



- ・顧客企業の複数の担当者とオンラインDM制作
- ・複数のDMキャンペーンをまとめてオンライン処理

17

一方、ウィズコロナの経済再開に向けて、当社でもさまざまな取組みを行っております。

まず、リモートワークや非接触による商談のニーズに応じて、オンラインによるDMサービスの提供を提案しています。

このシステムを使って、顧客企業の担当者が、DMの仕様や画像素材を選ぶことで、目的に合ったさまざまな内容のDMをオンラインで作ることができます。当社側でも、オンラインで複数のDMキャンペーンをまとめてオペレーションすることで、制作工程はもちろん、封入・発送工程も、効率的かつ正確に行うことができます。

DMは、ご自宅の消費者に直接届けられる特性から、ウィズコロナにおいても有用性を発揮するメディアであると考えています。



## 2. DM生産ラインの増設



定形・定形外兼用高速インサーター「FREX」  
2020年5月導入

- ・従来機2台分の生産性で大型案件を高速処理
- ・三重の検査装置で機微な内容のDMでも安心利用

18

そこで、本年5月には、DM生産ラインの増設も行いました。この機器は、従来機2台分の高速処理ができ、品質面でも三種類の検査装置で正確な処理を保證することができるという特長を持っています。

このことで、万が一にも他人に知られてはならない機微な内容の通知類でも、安心して大量に処理することができ、実際に大規模な新規案件の受注につながっています。

この後も、さらなる生産性向上のため、年内に主カラインの一部を最新の高性能機に入れ替える予定です。

### 3. サステナブルDM



ウィズコロナの抗菌印刷封筒  
モノとの接触を気にする消費者に配慮  
した抗菌加工DMを制作



バイオマス・ラッピングフィルム  
生物由来の再生可能な有機性資源を  
利用して環境に配慮したDMを制作



また、コロナ禍を契機に、サステナブルDM・・・  
持続可能なDMの取り組みをはじめています。

DMは役に立つ情報を必要とする人に届けるメディアです。  
しかしながら、工業品である以上は環境に負荷をかける面も  
あります。また、コロナ禍では衛生面のニーズも生じてきます。

そこで、当社では、バイオマス・ラッピングフィルムや  
抗菌印刷封筒を使ったDM制作をはじめました。

今後も、DM業界のリーディングカンパニーとして、  
環境・社会課題に対応した事業活動に取り組んでまいります。

## 4. ハイブリッド・イベント新サービス

リアルイベント



花火・演出



コンタクトセンター



物販・サンプル配送



Web配信

リアルの強みとデジタルを組み合わせ新常態のニーズを開発

20

次に、イベント事業についてです。

上期までは、ほぼ自粛一色でしたが、下期に向けては、感染対策の上、開催の方向で検討されている案件が出はじめています。

一方で、ウィズコロナのイベントサービスとして、当社のリアル開催ノウハウを最大限に活かせる「オン／オフ・ハイブリッド・イベント」を提案しています。

来年に向けて、東京五輪の開催をはじめ、新常態でのイベント需要が高まることを捉え、これらをしっかり取り込んでいく準備を整えています。

## 5. RPAによる省人化

従来は…



定形業務を自動化  
夜間に無人作業

導入口ロボット50体…今後も対象業務を拡大

※RPA：ロボティック・プロセス・オートメーション。オフィス内の事務作業を自動化するソフトウェアロボット技術。

21

一方、社内の生産性向上の観点では、昨年来、導入しているRPAの利用を高め、省人化を進めています。

従来行っていたオフィス内の事務作業をソフトウェアロボットにおきかえ、すでに導入したロボットは50体になっています。

現在、対象業務を拡大すべく取り組みを進めているところです。

このことで、提供するサービスの原価を低減できるだけでなく、従業者が、より創造的な業務に従事できるように、働き方を変えていくことができます。

## 6. ISO/IEC27017クラウドセキュリティ認証



### リアルなサービスと クラウドを含むデジタル技術を組合せ

ることで、新たな付加価値・ビジネス機会を創造します。  
そのため、クラウドの利用・提供における安全性を確実に  
すべく新たにJIS認証を取得しました。

※ISO/IEC27017 : クラウドサービスに関する情報セキュリティ管理策のガイドライン規格。

22

最後に、新たなISOクラウドセキュリティ認証についてです。

現在、ネットワーク上のコンピュータを利用するクラウドサービスが、世界のITビジネスの基盤になりつつあります。

当社でも、デジタル時代のDM強化や、既存業務にデジタル技術を組み合わせた業務変革に取り組むうえで、クラウド環境のセキュリティリスクに対処するため、本年10月に、新たなISO規格の認証を取得したものです。

一昨年に取得したクレジットカード情報を安全に取り扱うためのPCIDSS認証も顧客企業から高い評価をいただきましたが、今回の取り組みも事業に前向きな影響を及ぼすと考えています。

以上、成長に向けた取り組みの中から近況をお知らせしました。

**3**

# 2021年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	2020/3期 実績		2021/3期 予想			
		構成比		前年増減額	前年増減率	構成比
売上高	27,146	100.0%	27,304	+157	+0.6%	100.0%
売上原価	24,126	88.9%	24,380	+254	+1.1%	89.3%
売上総利益	3,020	11.1%	2,923	-97	-3.2%	10.7%
販管費	1,357	5.0%	1,400	+43	+3.1%	5.1%
営業利益	1,663	6.1%	1,524	-139	-8.4%	5.6%
経常利益	1,691	6.2%	1,545	-146	-8.7%	5.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,171	4.3%	1,063	-108	-9.3%	3.9%

売上高	新型コロナによる影響が上期まで継続することを想定。
利益	成長を見据えた正社員人材拡充と派遣人件費高騰が影響。

24

以上、ご説明しました状況と取組みにより、  
下期には案件回復が本格化することを見込み、  
2021年3月期の期初予想を維持しています。

売上高は、前期比0.6%増加の273億4百万円、  
営業利益は、同8.4%減少の15億24百万円、  
経常利益は、同8.7%減少の15億45百万円を見込んでいます。

DMをはじめとした当社のサービスは、  
現在の困難な状況下とその収束の後においても、  
生活と消費に有益な社会基盤となり得るものです。

当社のサービスやDM自体の評価が、  
引続き有望であることに変化はなく、  
ウィズコロナにおいても、  
回復する需要を取り込めるものと考えています。

引続き、中期経営計画に基づき、  
2023年3月期における  
売上高 300億円  
営業利益 20億円 の達成を目指してまいります。

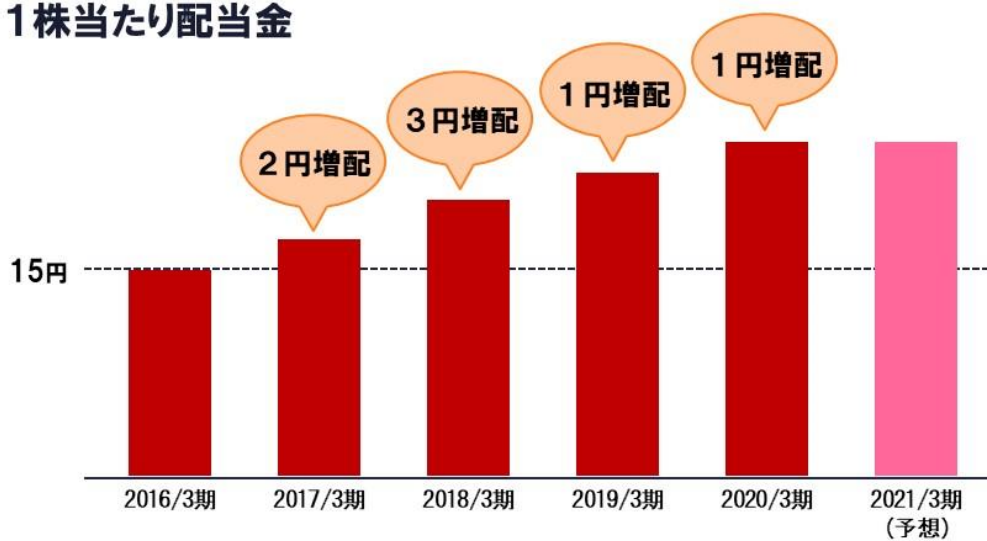
当社の事業であるダイレクトメールをはじめとした情報サービスは、  
現在の困難な状況下とその収束の後においても、  
生活と消費に有益な社会基盤となり得るものです。

当社のサービスやDM自体の評価が、  
引続き有望であることに変化はなく、  
ウィズコロナにおいても、  
回復する需要を取り込めるものと考えています。

当社といたしましては、  
より一層、消費者と企業の双方に安心してご利用いただける  
質の高いサービスをご提供することで、  
引続き、中期経営計画に基づき、  
目標の達成を目指してまいります。



## 1株当たり配当金



当社は、株主の皆様に対する利益還元を重要な経営課題のひとつと認識し、経営基盤の強化を図りつつ、競争力強化のための設備投資の原資を確保するとともに、株主の皆様への利益還元を行うことを基本方針としています。

最後になりましたが、株主還元について、当社では、経営基盤の強化を図りつつ、競争力強化のための設備投資の原資を確保するとともに、株主の皆様への利益還元を行うことを基本方針としております。目下、コロナ禍の業績回復に努めているところであり、2021年3月期においては、昨年の配当額を維持する1株当たり22円の配当を予想しております。

**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**

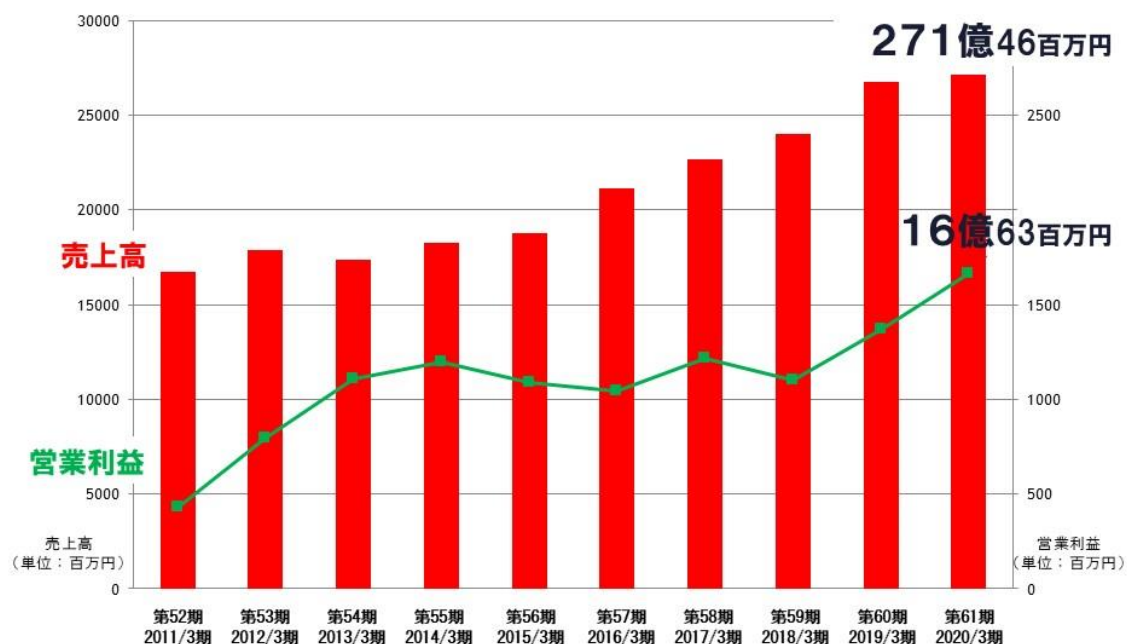


# 4

## 參考資料

<b>本社所在地</b>	東京都千代田区神田小川町一丁目11番地
<b>代表者</b>	代表取締役 山本克彦
<b>設立</b>	1961年4月
<b>事業内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダイレクトメール部門</li> <li>・物流部門</li> <li>・セールスプロモーション部門</li> <li>・イベント部門</li> <li>・賃貸部門</li> </ul>
<b>資本金</b>	1,092,601,000円
<b>社員数</b>	296人（2020年3月31日現在）
<b>決算期</b>	3月
<b>上場市場</b>	東京証券取引所JASDAQ（証券コード9782）

業績推移



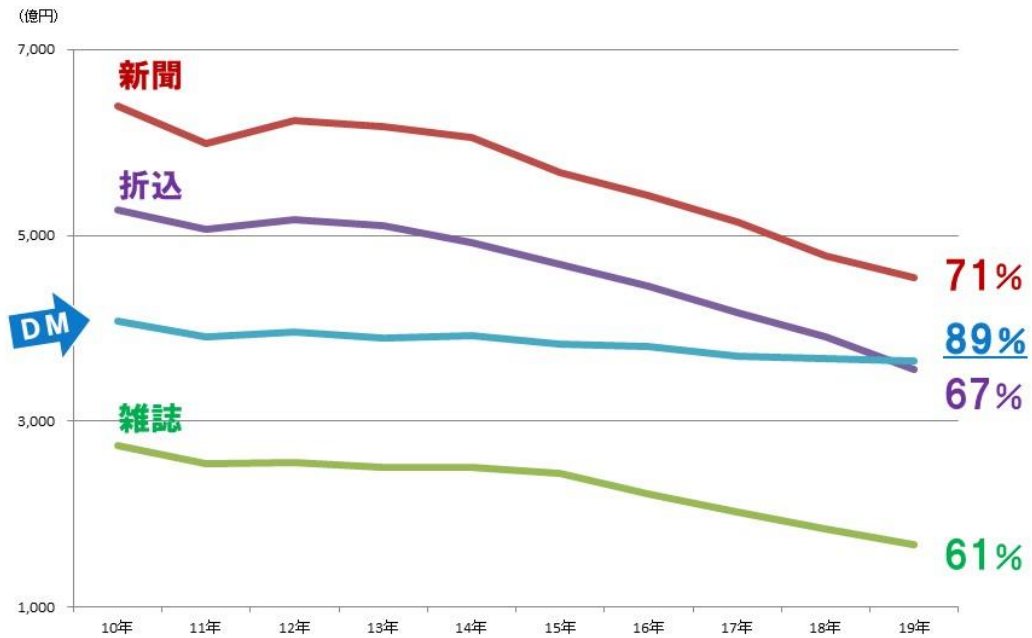


事業分野	売上高	構成比
ダイレクトメール	223億27百万円	82.2%
物流 (川島LC)	29億10百万円	10.7%
セールスプロモーション	7億74百万円	2.9%
イベント	10億21百万円	3.8%
賃貸	1億8百万円	0.4%
<合計>	271億46百万円	100.0%

ダイレクトメールが届くまで

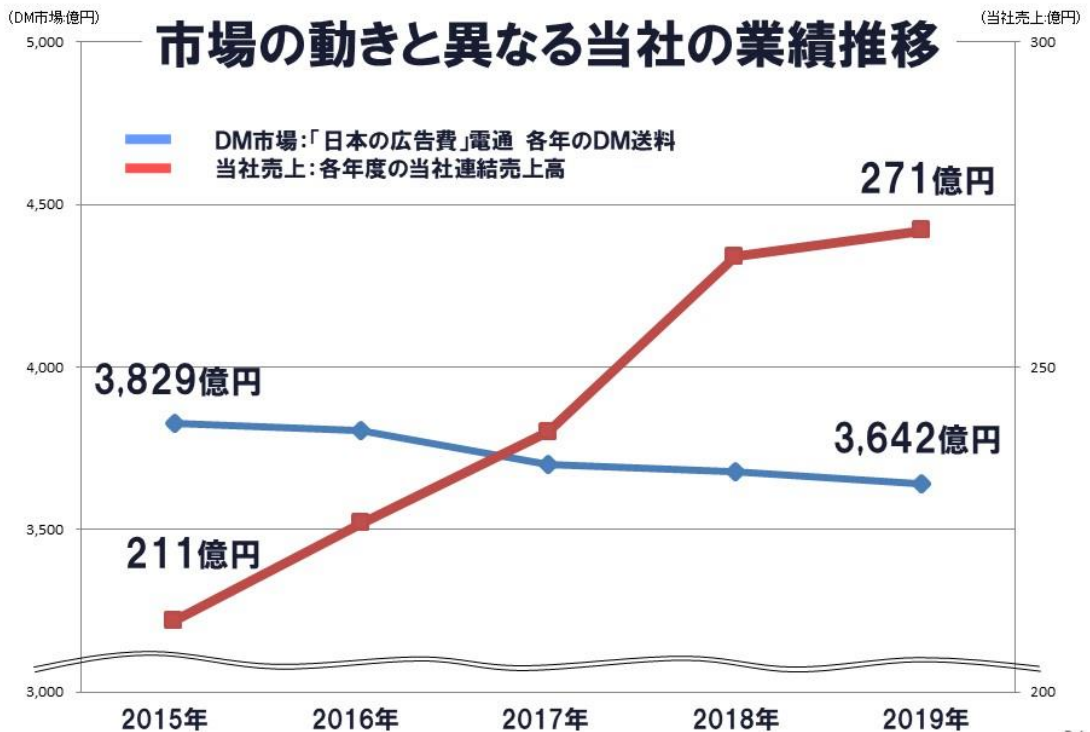


### DMニーズは安定的に推移



出典: 「日本の広告費」株式会社電通

### 市場の動きと異なる当社の業績推移



## 高い訴求効果が認められるDMパワー

開封・閲読率

74.0%

受取意向率

(会員・取引先から)

74.4%

行動喚起率

16.3%

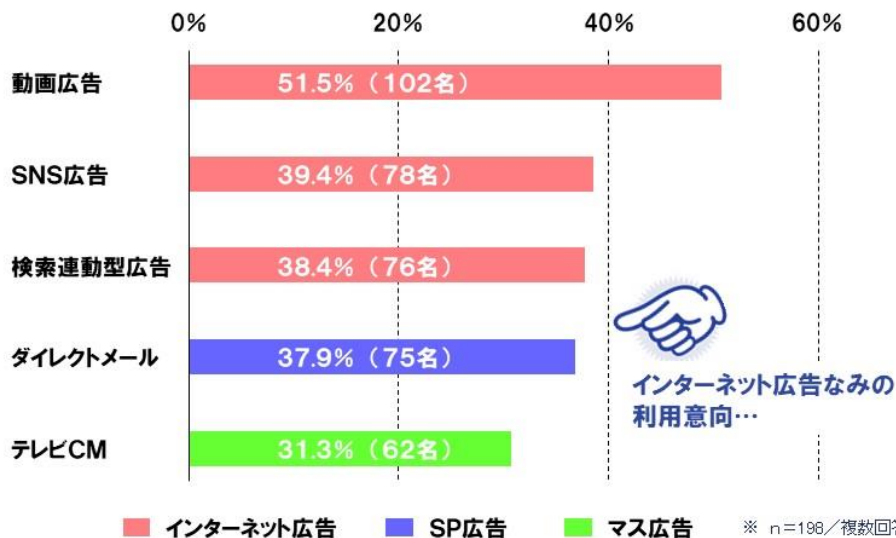
保存率

45.5%

(一社)日本ダイレクトメール協会 「DM利用実態調査2019」

35

## ウィズコロナのDM利用意向

消費者の生活様式の変化に合わせて  
従来よりも投資を増やしたいと思う広告媒体

## 1 ワンストップ

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 スケールメリット

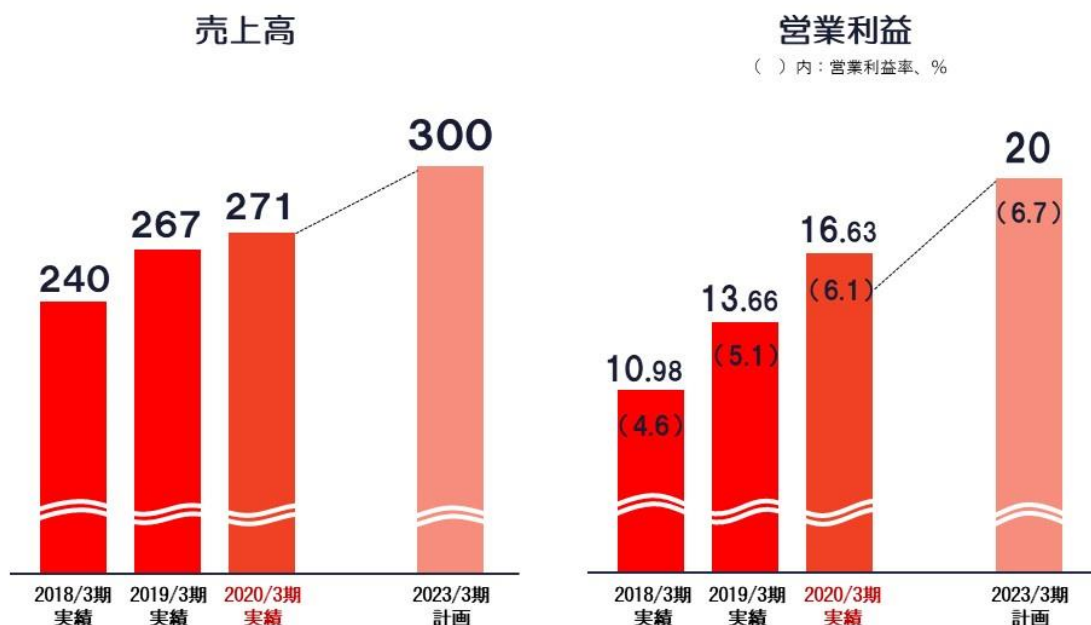
年間3億通を超えるDM発送を背景にコスト効率を追求…  
1案件で数百万通の大規模プロモーションDMまで。

## 3 クォリティ&情報セキュリティ

JISQ9001、JISQ15001、JISQ27001のトリプル認証で、  
顧客企業と消費者に安心と情報をセットでお届け。

## 中期経営計画

(単位：億円)





(単位：百万円)

	2016年3月期		2017年3月期		2018年3月期		2019年3月期		2020年3月期	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
売上高	21,108	100.0%	22,655	100.0%	24,004	100.0%	26,779	100.0%	27,146	100.0%
売上原価	18,923	89.6%	20,300	89.6%	21,683	90.3%	24,115	90.1%	24,126	88.8%
売上総利益	2,185	10.4%	2,354	10.4%	2,320	9.7%	2,663	9.9%	3,020	11.1%
販管費	1,138	5.4%	1,137	5.0%	1,222	5.1%	1,297	4.8%	1,357	5.0%
営業利益	1,046	5.0%	1,217	5.4%	1,098	4.6%	1,366	5.1%	1,663	6.1%
経常利益	1,030	4.9%	1,208	5.3%	1,107	4.6%	1,388	5.2%	1,691	6.2%
親会社株主に 帰属する当期純利益	687	3.3%	824	3.6%	767	3.2%	953	3.6%	1,171	4.3%
ROE (自己資本利益率)	7.7%		8.6%		7.4%		8.6%		9.8%	
ROA (純資産利益率)	5.0%		5.7%		5.0%		5.9%		6.9%	

39

## 財政状況・キャッシュフロー

(単位：百万円)

## 総資産および負債・純資産

	2016年3月末	2017年3月末	2018年3月末	2019年3月末	2020年3月末
総資産	13,710	15,026	15,611	16,678	17,405
負債	4,521	5,010	4,908	5,185	4,976
純資産	9,189	10,016	10,702	11,492	12,428
自己資本比率	67.0%	66.7%	68.6%	68.9%	71.4%

## キャッシュフローの状況

	2016年3月末	2017年3月末	2018年3月末	2019年3月末	2020年3月末
営業CF	914	1,662	1,403	1,569	1,857
投資CF	△ 546	△ 1,170	△ 646	△ 233	△ 288
財務CF	△ 547	△ 395	△ 623	△ 297	△ 306
現金同等物	1,276	1,372	1,506	2,544	3,807

40



## 日本車いすテニス協会 オフィシャルサポーター



41

## 本資料の取扱いについて

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。

42