

株式会社ディーエムエス

(証券コード9782)

2022年3月期第2四半期決算概要

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 2022年3月期第2四半期決算概要

2 2022年3月期業績予想

3 下期に向けた取り組み

1

2022年3月期第2四半期決算概要

当社をとりまく事業環境

- ▶ **社会経済活動の停滞を背景とした企業によるプロモーション活動の見送りや感染防止のためのイベント開催自粛などの影響。**

一方で、当社の中核事業である「**ダイレクトコミュニケーション**」の領域では、

- ▶ **在宅消費の機会を捉えたダイレクトメール(DM)の利用に回復が見られた。また、新型コロナ対策、国際的スポーツイベントの開催が新たなサービス提供の機会となった。**

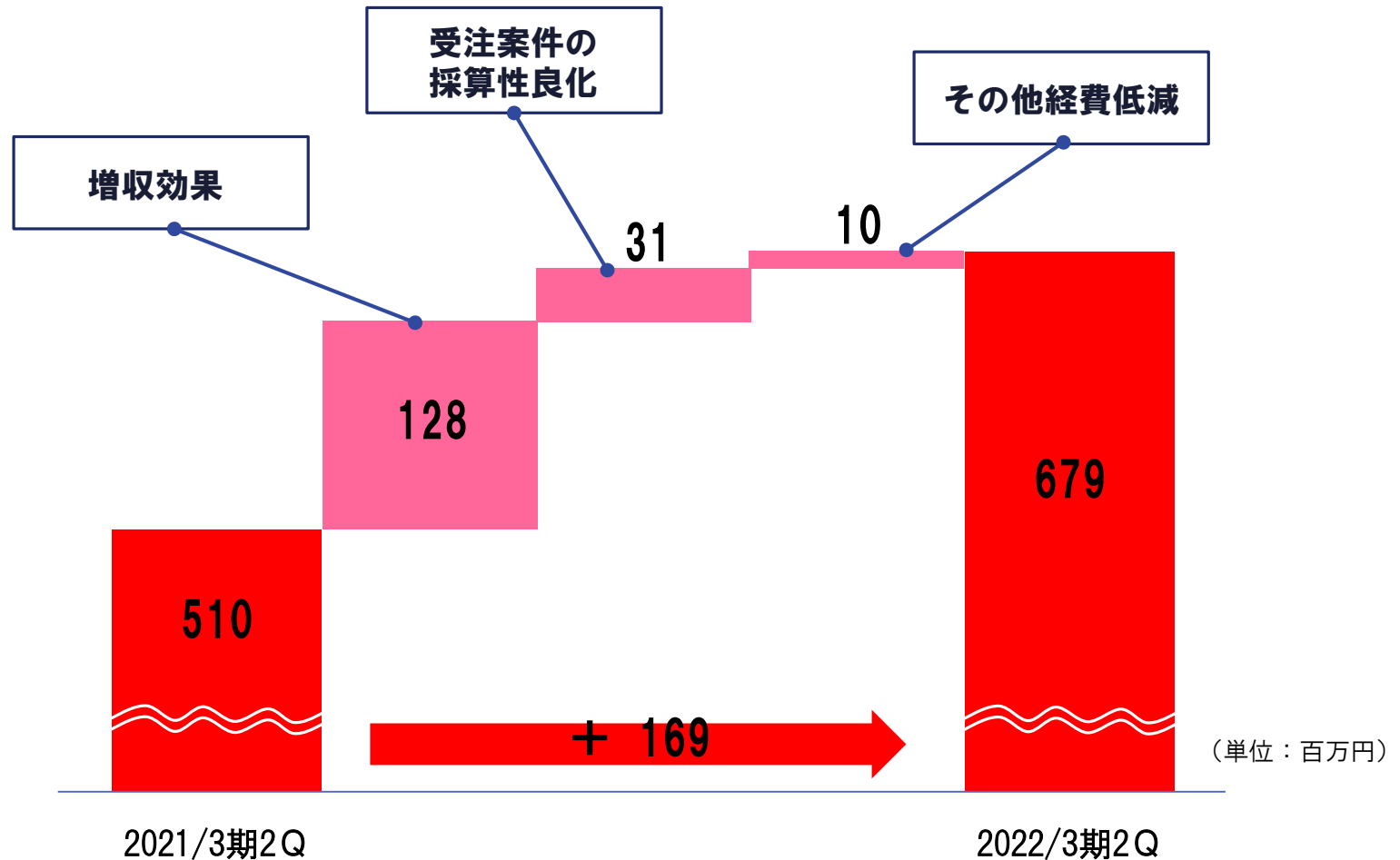
2022年3月期2Q実績 概要

(単位：百万円)

	2021/3期2Q	2022/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	12,418	13,418	+1,000	+8.1%
営業利益	510	679	+169	+33.2%
経常利益	524	691	+167	+31.9%
親会社株主に帰属する四半期純利益	350	403	+52	+15.1%

売上高	経済再開の兆候と夏期イベントにより全事業で前年比プラス。
利益	増収効果と受注案件の採算性良化により大幅増益。

増収効果と受注案件の採算性良化が奏功



ダイレクトメール事業

	2021/3期1Q	2022/3期1Q	前年増減額	前年増減率
売上高	10,797	10,955	+158	+1.5%
セグメント利益	793	805	+12	+1.6%

【主な要因】

- ▶ デジタルプリンタ・選択封入機器を駆使したパーソナライズ(広告内容の個別化)DMの提案が奏功し、新規大型定期案件を受注。
- ▶ いち早く経済活動再開を反映した、印刷、金融、デジタル分野などのDM案件の取込みが好調となり、増収益に寄与。

新規大型受注の不動産と、販促活動が積極化する印刷・金融・デジタル分野の取扱いが増加。

カッコ内はDM事業中の構成比

小売・流通 176百万円 -14.3%(1.6%)

航空・ホテル・旅行 225百万円
レジャー・スポーツ +9.4%(2.1%)

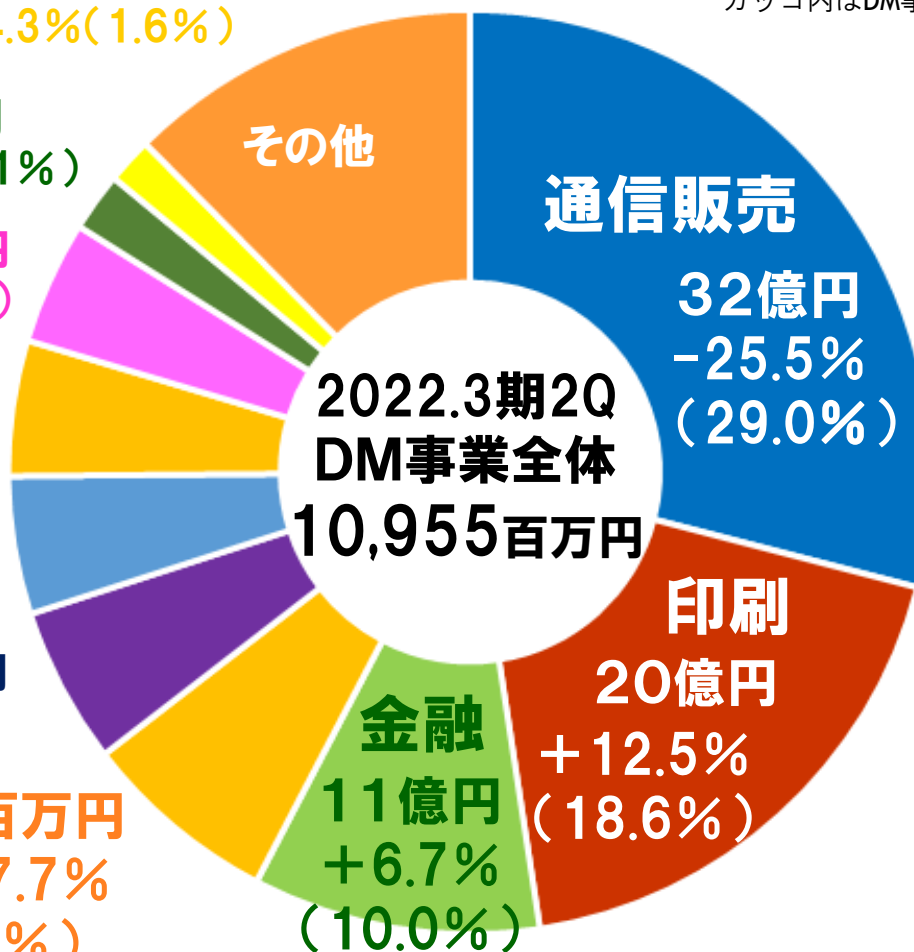
新聞・出版・メディア 474百万円
+54.9%(4.3%)

自治体・公共機関 518百万円
-7.7%(4.7%)

デジタル 529百万円
+111.3%(4.8%)

広告代理店 601百万円
-5.5%(5.5%)

不動産・住宅 753百万円
+467.7%
(6.9%)



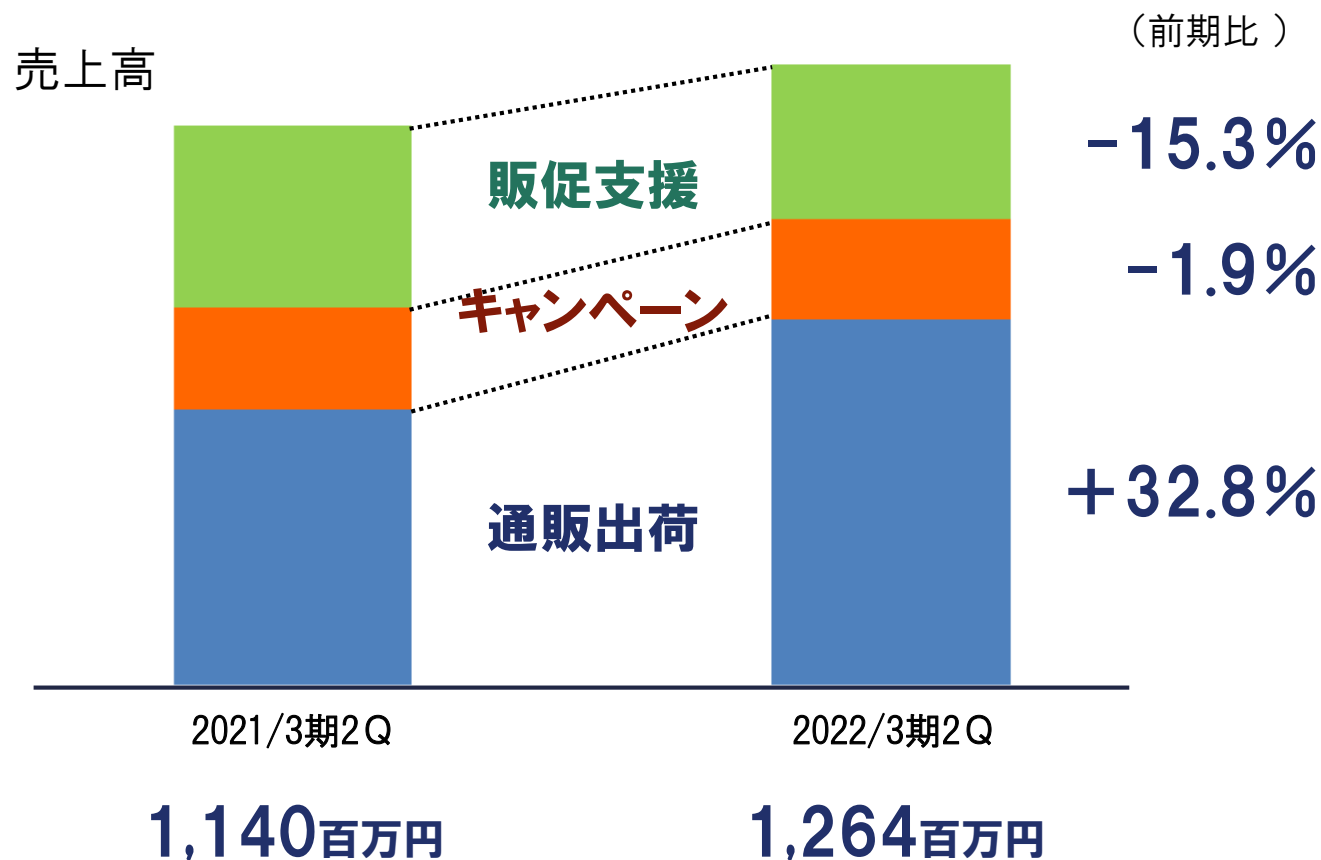
物流事業

	2021/3期2Q	2022/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	1,140	1,264	+124	+10.9%
セグメント利益	-19	18	+38	-

【主な要因】

- ▶ コロナ禍で浸透した在宅消費を反映して、引続き、通販出荷案件の取扱い数が増加。
- ▶ 前期にあった不採算案件解消と、業務効率向上による作業人件費抑制の取組みで、利益改善を推進中。

在宅消費を反映した通販出荷案件が奏功。



セールスプロモーション事業

	2021/3期2Q	2022/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	291	369	+78	+27.1%
セグメント利益	48	86	+38	+78.2%

【主な要因】

- ▶ **新型コロナ関連の経済対策・ワクチン接種案件や、国際的スポーツイベントの開催に伴う、事務局アウトソーシング需要により増収。**
- ▶ **バックオフィス、コンタクトセンター業務の高稼働率を維持したことが生産性の向上に作用し、大幅増益。**

イベント事業

	2021/3期2Q	2022/3期2Q	前年増減額	前年増減率
売上高	130	768	+638	+488.5%
セグメント利益	-20	75	+95	-

【主な要因】

- ▶ 国際的スポーツイベントの競技会場内演出進行業務や新型コロナワクチン接種会場運営業務など、総合力を活かした大型案件の取込みにより、大幅増収。
- ▶ 高付加価値サービスが奏功し、セグメント利益率が大幅に良化。

2

2022年3月期業績予想

**足元の業況は、引続き良好に推移し、
下期に向けた営業活動や引合いも活発化。**

**一方、社会・経済環境としては、
コロナ禍による不透明な状況が続いていることから、**

下期(21.10～22.3)は期首の予想を据え置き。

さらなる予想の修正は、適宜において公表する。

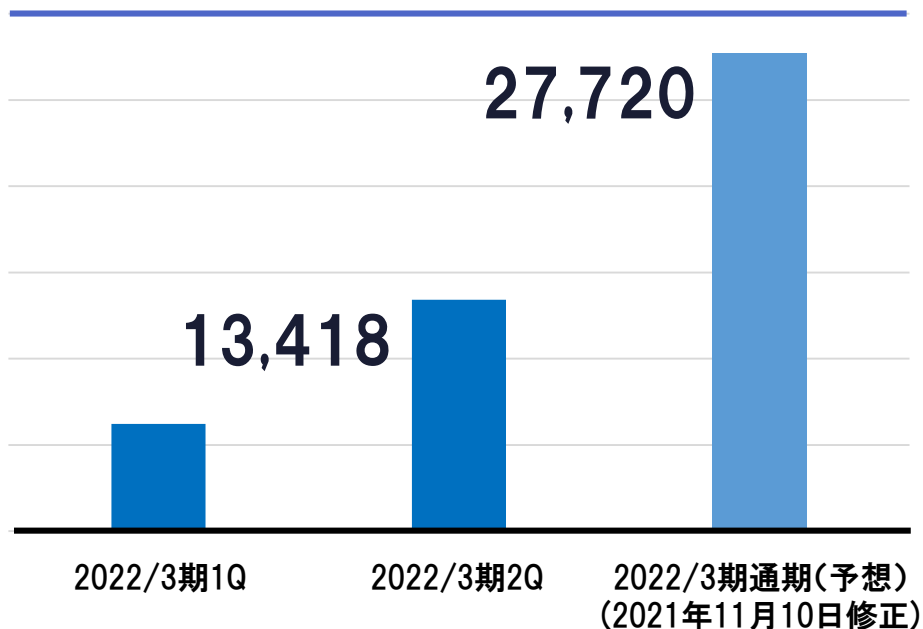
2021年11月10日上方修正

(単位：百万円)

	2021/3期 実績		2022/3期 予想			
		構成比		前年増減額	前年増減率	構成比
売上高	25,729	100.0%	27,720	+1,991	+7.7%	100.0%
売上原価	22,945	89.2%	24,666	+1,721	+7.5%	89.0%
売上総利益	2,783	10.8%	3,054	+271	+9.7%	11.0%
販管費	1,353	5.3%	1,393	+40	+3.0%	5.0%
営業利益	1,430	5.6%	1,661	+231	+16.2%	6.0%
経常利益	1,456	5.7%	1,684	+228	+15.7%	6.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,003	3.9%	1,084	+81	+8.0%	3.9%

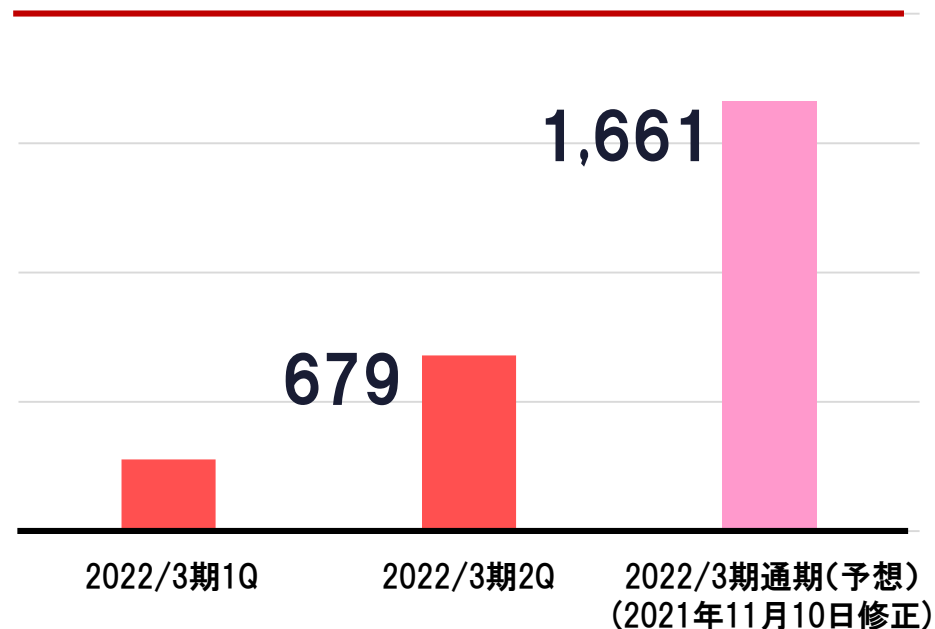
回復傾向を反映して、順調に進捗。

売上高



営業利益

(単位：百万円)



3

下期に向けた取り組み

コロナ禍の在宅消費・通販利用の増加

ダイレクトメール事業

企業に蓄積された
顧客データの販促利用

物流事業

企業から消費者への
物流プロセス効率改善

セールスプロモーション事業

事務・顧客対応業務の
アウトソーシング需要

イベント事業

行動制限緩和による
イベント再開への期待

下期の取組み

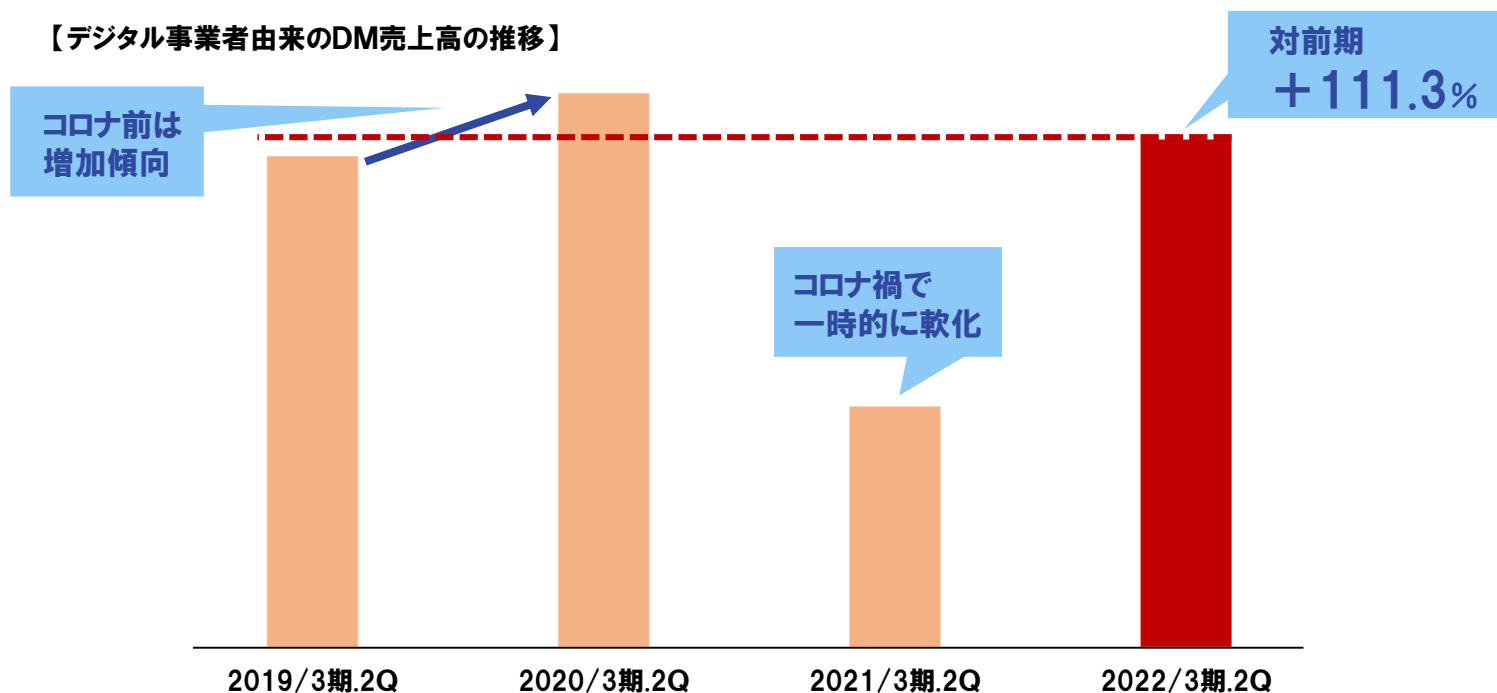
企業と消費者の直接的な接点を商機と捉える

中期経営計画・重点施策：デジタル時代のDM強化

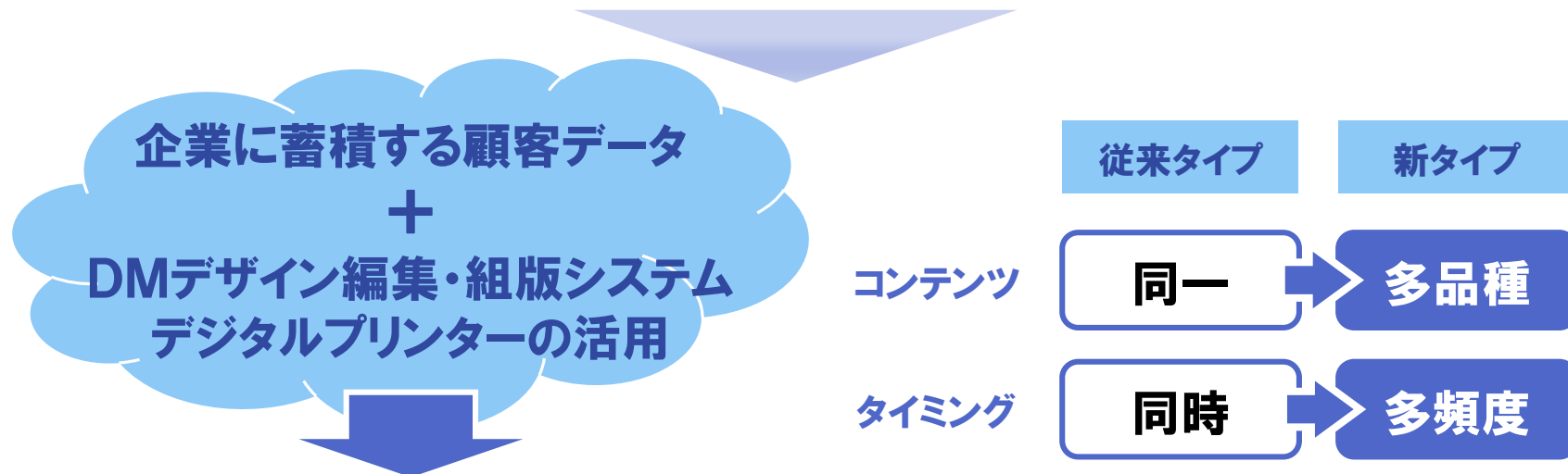
デジタル技術やデータを活用したDM受注拡大

- デジタル事業者のオフライン施策復調
⇒ 経済再開に向けた販促需要回復を捉えて受注拡大

【デジタル事業者由来のDM売上高の推移】



消費者の個性や購買意欲にあわせたDM



+ 低コスト・短納期

- 多くのデザインや画像を
組合わせたパーソナライズDM
(一人ひとりに向けた)

⇒ 在宅消費をねらいとした
新たなDM需要に対応



サステナブルDMサービスの拡充

- **環境負荷を軽減するDM素材**
⇒ **SDGsに取り組むDM広告主を支援し、
サービスラインナップと採用案件を拡大中**

バイオマス原料含有
ラッピングフィルム(DMの包装材)

〔 生物由来(バイオマス)原料となる
植物が育成過程でCO2削減 〕

DM広告主の…
商品ブランディング、社会貢献にマッチ



足元の新規案件獲得・引き合い活性化の業況とらえ…

川島ロジスティクスセンター増床 (2021年10月より)

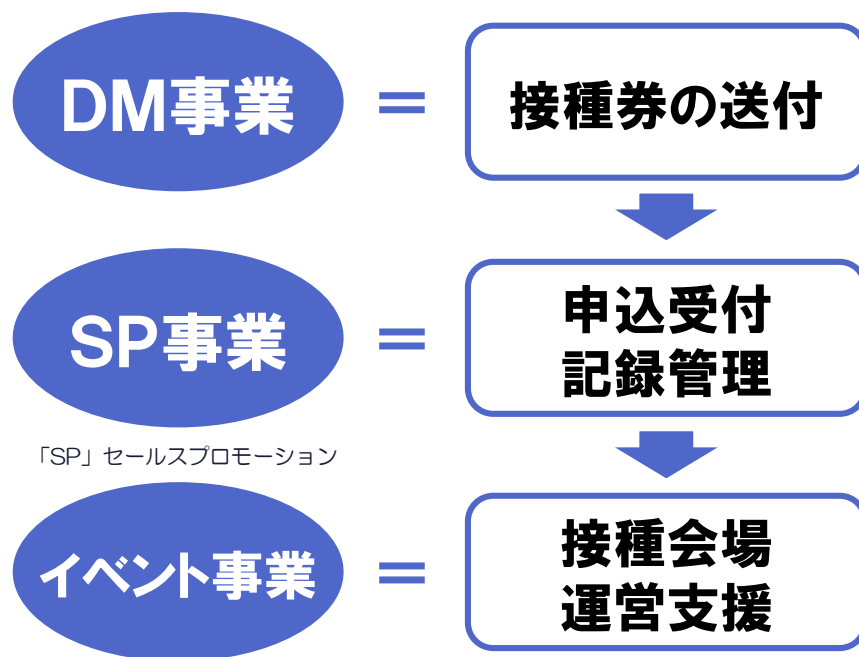


既存センター内の増床のため
移転費用や運営人員の追加不要

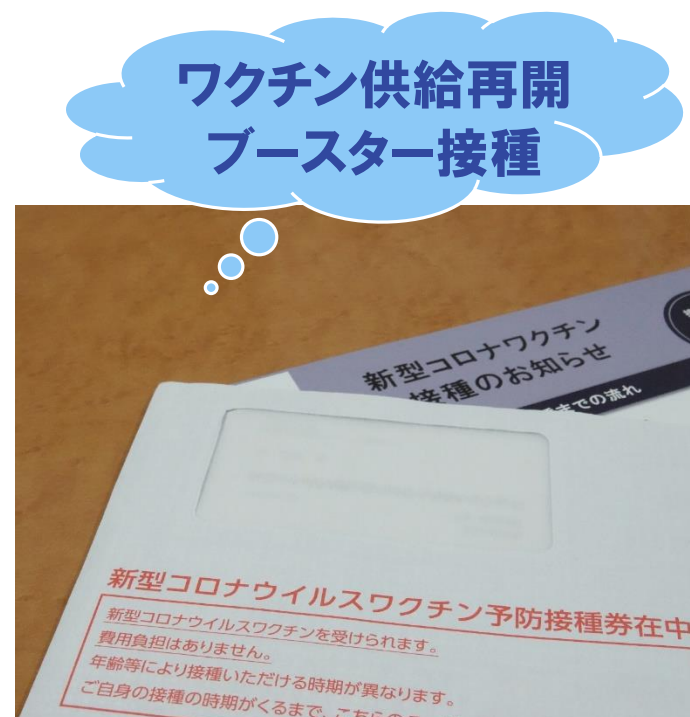


当社ならではのワンストップサービスを活かして…

自治体のワクチン接種に貢献する案件を拡大



「SP」セールスプロモーション



⇒ これを契機に…企業・団体へ
事業間シナジーを活かした受託業務サービスを展開

スタンダード市場移行に向けた…

コーポレートガバナンスの強化

2021年9月

「スタンダード市場」選択を取締役会決議 ～ 東証申請完了

CGコード全原則適用へ

株主・取引先・消費者など社内外のステークホルダーに対し、
経営の透明性を高めることを前提として、
コーポレートガバナンスの充実を図る。

2021年6月改訂を含めて具体的な対応を検討

取締役会の機能強化

中核人材における多様性の確保

サステナビリティを巡る課題への取組み

**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**

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。