

2020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

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** サマリー
- 2** 決算概要
- 3** 業績見通し
- 4** 成長に向けた取り組み
- 5** 参考資料

1

サマリー

1 2020年3月期実績

**DM事業を中心に受注が堅調に推移。
7期連続増収、全事業の利益伸張で最高益更新。**

2 2021年3月期予想

**DM情報サービスの有用性を背景に増収を維持。
利益面では成長を見据えた正社員人材の拡充と
改正派遣法の施行による費用増加を織り込み減益予想。**

3 成長に向けた取り組み

**データ活用社会の到来を背景にDM需要開発を強化。
加えて物流事業と販促・イベント事業の伸張を積上げ。**

2

2020年3月期 決算概要

	2019/3期	2020/3期	前年増減額	前年増減率
売上高	26,779	27,146	+367	+1.4%
営業利益	1,366	1,663	+296	+21.7%
経常利益	1,389	1,691	+302	+21.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	953	1,171	+217	+22.8%

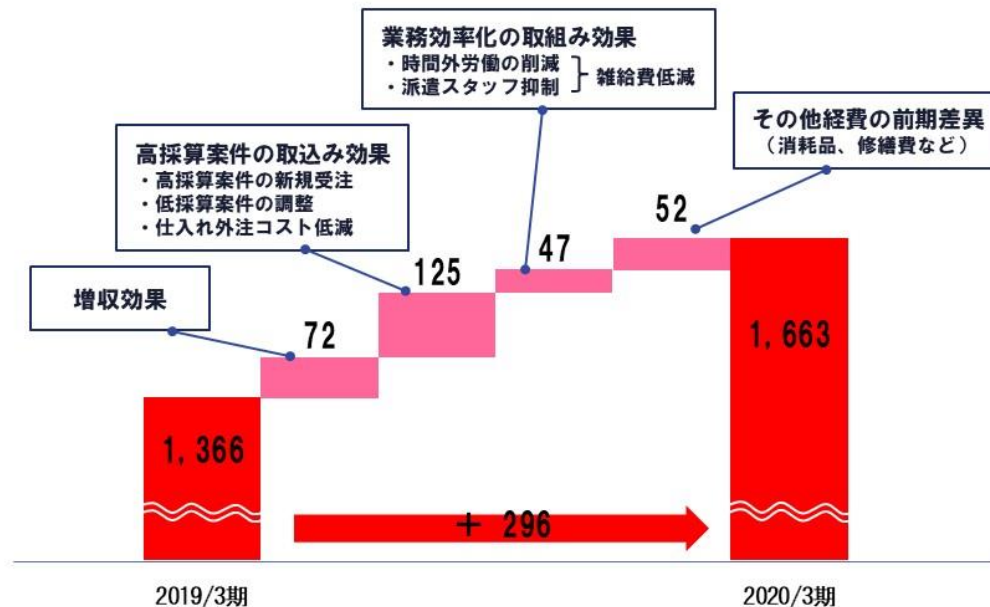
売上高	ダイレクトメール部門を中心に引き続き受注が堅調に推移。
利益	高採算案件の取り込みと業務効率化の取組みが奏功。

2020年3月期は、主力のダイレクトメール部門を中心に引き続き受注が好調に推移したことに加え、利益面でも高採算案件の取り込みと業務部門の効率化を進める取組みが奏功しました。

この結果、売上高は、7期連続増収の271億46百万円、営業利益と経常利益は、過去最高益を更新して、それぞれ、16億63百万円、16億91百万円となりました。

(単位：百万円)

高採算案件の取込みと業務効率化の効果が奏功



7

営業利益は前期比2億96百万円の増加です。

この要因としては、増収効果が72百万円。

前期末に剥離した不採算の物流案件を挽回する高採算案件の新規受注効果が1億25百万円。

業務部門における効率化の取り組み効果が47百万円。

その他、消耗品や修繕費用などの経費を抑えたことにより52百万円の効果がありました。

ダイレクトメール事業

	2019/3期	2020/3期	前年増減額	前年増減率
売上高	22,063	22,327	+264	+1.2%
セグメント利益	1,817	2,001	+184	+10.1%

【主な要因】

- ▶ 通販、金融等の従来顧客と新たなデジタル事業者の利用伸び。
- ▶ 複数業務ラインの全体最適を図る生産管理施策で利益改善。
- ▶ 第4四半期に新型コロナの影響でDM案件の中止・延期ひびく。

既存顧客の取引窓口の拡大や新規受注を促進した結果、ダイレクトメール事業の売上高は前期比1.2%増加の223億27百万円、セグメント利益は同10.1%増加の20億1百万円となりました。

通信販売、金融機関など従来からの顧客に加えて、これまでデジタル広告やインターネット販売を中心に展開されていたデジタル事業者が新たな需要家となっています。

増益には、体制を刷新した生産管理部門を中心に、従来ラインごとに管理していたリソース配分の全体最適を図るなどの取り組みが労務費の抑制に奏功しています。

一方、期末には、新型コロナウイルスの感染拡大により、予定されていた案件が中止・延期されるなどの影響が出ました。

物流事業

	2019/3期	2020/3期	前年増減額	前年増減率
売上高	2,979	2,910	-69	-2.3%
セグメント利益	-7	43	+50	-

【主な要因】

- ▶ 前期末剥離の既存案件売上10億円の挽回わずかに届かず。
- ▶ スマホ決済関連の販促支援物流など新規受注案件が貢献。
- ▶ 不採算案件の解消とパート固定化による人件費抑制効果により黒字転換達成。

物流事業の売上高は前期比2.3%減少の29億10百万円、セグメント利益は前期の損失から黒字に転じ43百万円となりました。

前期末に剥離した既存案件の売上高約10億円を挽回すべく、キャッシュレス決済を導入する店舗への販促資材送付などの新規案件を受注しましたが、前期の売上規模にはわずかに届きませんでした。

一方、利益面は、前期の不採算案件を解消したことや、パートの固定化により人件費が抑えられ、習熟効果による業務効率化も図れたことから改善することができました。

セールスプロモーション事業

	2019/3期	2020/3期	前年増減額	前年増減率
売上高	847	774	-72	-8.6%
セグメント利益	120	169	+49	+41.3%

【主な要因】

- ▶ キャンペーン事務局や広告メディア販売等スポット案件の流動性が売上高に影響。
- ▶ 前年の大規模修繕費用の反動と業務効率化の取り組み効果により大幅な増益。

セールスプロモーション事業の売上高は前期比8.6%減少の7億74百万円、セグメント利益は41.3%増加の1億69百万円となりました。

コールセンターやバックオフィス機能を活かした各種販促支援業務の受注に注力しましたが、前期のキャンペーン事務局や広告メディア販売等スポット案件が流動的となり、売上面はふるいませんでした。

一方、利益面は、前期にあった施設の大規模修繕費用の反動と業務効率化の取り組みが相まって大幅な増益となりました。

イベント事業

	2019/3期	2020/3期	前年増減額	前年増減率
売上高	799	1,021	+222	+27.9%
セグメント利益	35	48	+13	+38.4%

【主な要因】

- ▶ 国際的スポーツイベントの前年需要で大会支援案件が好調。
- ▶ 増収効果に加え運営ノウハウ活かした付加価値で利益伸張。
- ▶ 第4四半期に新型コロナの影響でイベントの中止・縮小ひびく。

イベント事業の売上高は前期比27.9%増加の10億21百万円、セグメント利益は38.4%増加の48百万円となりました。

販売促進やスポーツイベントなどの運営・警備業務に注力したところ、国際的スポーツイベントの前年需要から各種大会支援案件の受注が好調に推移しました。

利益面でも増収効果と運営ノウハウを活かした付加価値サービスを提供することで増益となりました。

一方、期末には、新型コロナウイルスの感染拡大により、予定されていた案件が中止・縮小されるなどの影響が出ました。

3

2021年3月期 業績見通し

【事業環境】

- 中長期、DM・物流・販売促進のニーズ基調は旺盛さを維持。
- 改正派遣法の施行による人件費高騰の懸念。
- コロナショックによるDM・イベント案件の中止・縮小。

【基本戦略】

- 大手有力既存顧客の未受注案件・窓口を深耕営業。
- デジタル領域(IT企業、EC)の新需要家を開発営業。
- 地方都市の印刷・広告代理店の受注チャネル拡大。
- DM、物流業務のムダ・ムラ解消により原価を低減。
- 成長を見据えて正社員人材を拡充。

今後の見通しとしては、中長期的には、ダイレクトメール、物流、販売促進のニーズ基調は旺盛さを保つものとみています。

一方、改正労働者派遣法の影響により業務部門における人件費高騰が予想されます。さらに新型コロナウイルス感染拡大による経済活動の停滞が発生しており業種・業態を超えた困難な状況がしばらく続くものと見込まれます。

このようななか、2021年3月期の基本戦略として、大手有力既存顧客の深耕営業、デジタル領域(IT企業、EC)新需要家の開発営業、地方都市印刷・広告代理店の受注チャネル拡大、DM、物流業務のムダ・ムラ解消による原価低減、成長を見据えた正社員人材の拡充を進めてまいります。

【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等の自粛傾向。
- 顧客企業の販売する商品やリソース調達状況による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】

- 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問題なし、顧客との関係を維持。
- 流動比率
流動資産8,718百万円 ÷ 流動負債3,965百万 = 220%

新型コロナウイルスの当社事業に対する影響としましては、流通小売りやレジャー産業などで集客プロモーションの自粛や顧客企業が販売する商品や体制などの状況により、一部のDM案件が見送りとなるなどの影響を見込んでいます。また、イベント事業では、開催自粛や延期により、運営受託案件の見直しが見込まれます。

当社としましては、このような中、テレワーク、時差通勤、交代勤務、衛生管理などの感染防止策を実施しながら、全事業で操業を維持しているところです。また、これまでのところ事業に用いる物的・人的リソースの確保にも特段の問題は発生しておらず、顧客企業との連絡・商談などの業務も維持しております。

加えて、かかる状況下における財務状況につきましても、磐石な状況を維持しております。

(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。

15

2021年3月期の業績予想につきましては、新型コロナウイルスによる当社事業への影響が上期まで続くことを想定し、

売上高は、前期比0.6%増加の273億4百万円、
営業利益は、改正労働者派遣法の影響による人件費高騰と
成長を見据えた正社員人材の拡充を進めることで、
8.4%減少の15億24百万円、経常利益は8.7%減少の15億45百
万円を見込んでいます。

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、このような困難な状況下とその終息の後においても、
生活と消費に有益な社会基盤となり得るものです。
このことから当社といたしましては、より一層生活者と企業の
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、今後も中長期的な成長を目指す考えです。

4

成長に向けた取り組み

(単位：億円)



当社は、2018年2月に公表した中期経営計画において、2023年3月期までの目標を、売上高300億円、営業利益20億円としています。

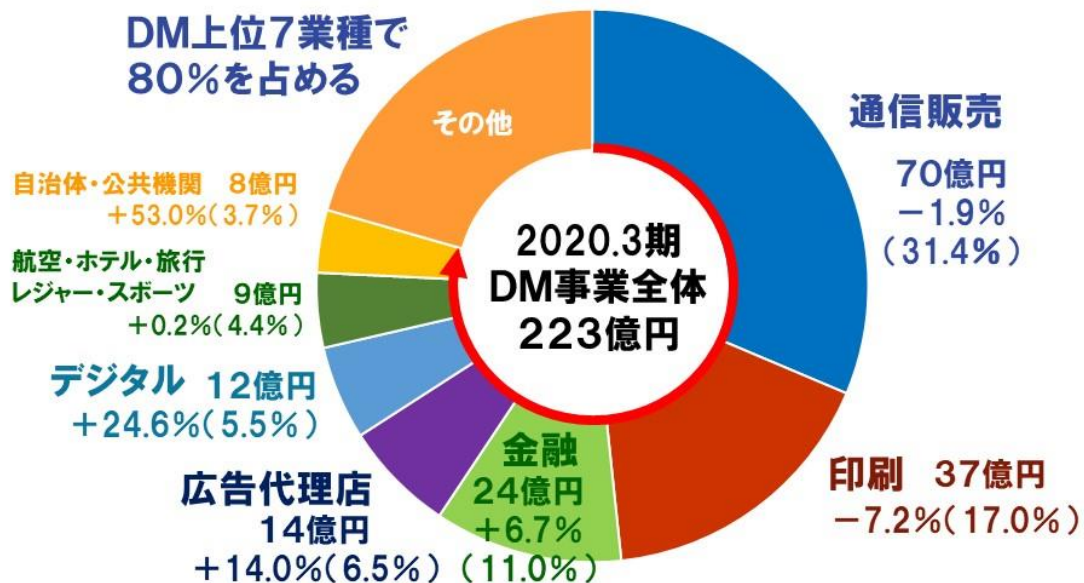
特に営業利益率は6.7%と大きな改善を見込み、質を伴った成長を目指しています。

- 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**

この計画の達成に向けて、現在、5つの取り組みをすすめています。この中から、いくつか現在の状況をご説明します。

トピックス

好調業種を捉えDM事業を拡大



19

最初に「デジタル時代のDM強化」について、現在のダイレクトメール事業の業種別売上構成です。

市場の拡大が続く通信販売を筆頭に保険・証券・クレジットなどの金融業界をはじめとして、顧客データ基盤が充実し、その活用に積極的な分野で多くご利用いただいています。

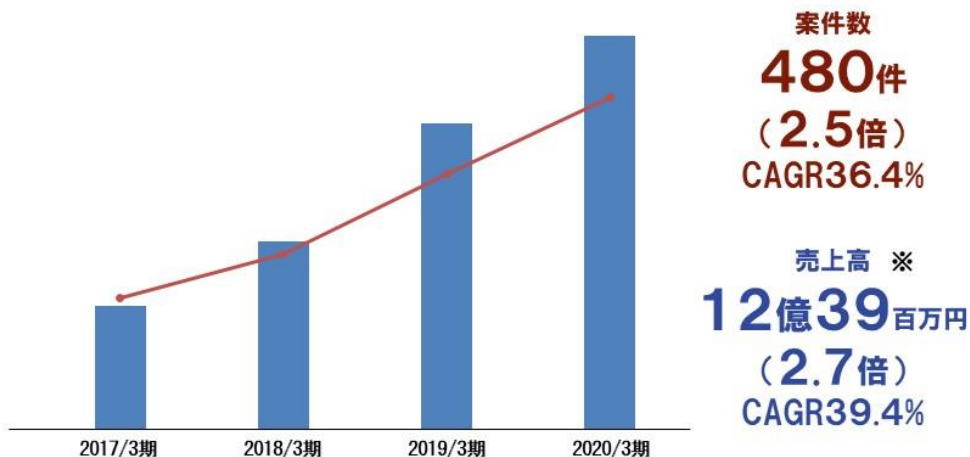
また、印刷や広告代理店のように顧客企業にプロモーション施策を提案する事業者にとってもダイレクトメールはよく用いられる手法になっています。

さらに、従来、インターネット上で商品・サービスを販売していたデジタル事業者(水色)が、紙のDMを積極的に活用する傾向も見られます。

トピックス

デジタル事業者の新DM需要を開発

取扱いを伸ばすデジタル事業者のDM



※DM事業の売上と物流事業で扱っているサンプリングDMの売上を合算。

20

デジタル事業者の案件数は、3年前より2.5倍、売上高は同じく2.7倍といずれも急拡大しています。

このように「デジタル時代のDM強化」を新たな成長機会と捉えた取り組みにおいては、従来の需要家からさらに取り扱いを増やしながら、新たにデジタル事業者の新需要を取り込むことで、DM事業の持続的な成長を図っています。

トピックス

AI(人工知能) × ダイレクトメール

2019年10月 パーソナライズ(個別最適化された)DM



当社では、こうしたデジタル時代の新しいDMの利用方法に対応するためのサービス開発にも取り組んでいます。

ひとつはDMにAI(人工知能)を組み合わせたものです。例えば、ネット上で商品を見ながら購入をしなかった顧客に対してAIがその顧客の好みを解析して、おすすめ商品を提案するDMを送付するというものです。

インターネット広告では、従来から提案型(レコメンド)広告が用いられていましたが、このサービスでは、それを訴求力の高い紙のDMで行うということと、さらにAIがおすすめ商品を解析し、顧客の購買意欲を喚起するという点をセールスポイントとし、DMの新しい手法を提案しています。

トピックス

教育機関向けWebオーダーDM

2019年10月 人材総合サービスの株式会社ディスコと共同展開



22

次に、大学など教育機関向けにインターネット経由で発注できるDMサービスです。教育業界では、少子化を背景に学生の獲得・維持が課題になっていますが、オープンキャンパスの集客や受験促進のためのDM制作作業は学校担当者の負担になっていました。

そこで、Webサイトの簡単な操作でDMを発注できる安全な環境を提供することで、学校担当者の負担を軽減すると同時に、当社側の作業もデジタル化で効率化することで、発注者と受注者の双方にとってより利便性の高いDMサービスにしています。

このようにデジタル時代ならではの顧客ニーズを捉えながら、既存事業にデジタル技術を取り入れることで、DM事業のさらなる強化を図っていきたいと考えています。

トピックス

ダイレクトコミュニケーションメディア共同開発

2020年1月

子育て家族アルバムアプリFamm提供の株式会社Timersと



23

最後に、アプリと連携した新しいダイレクト・コミュニケーションメディアの開発です。

本件は、子育て家族向けのアルバムアプリと連携して、誕生日や入学などのライフイベントに合わせて、アプリユーザーがもらって嬉しいギフト・試供品や情報などをお届けするメディアサービスを共同開発したものです。

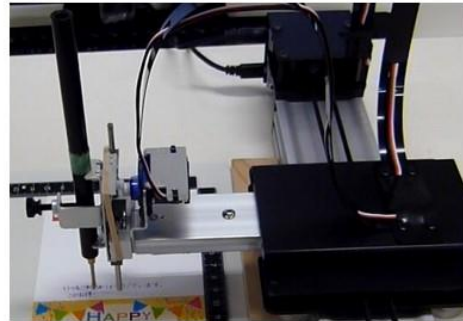
当社では、デジタル環境で蓄積されたデータを適正かつ有効に活用することが、「顧客企業と生活者のよい関係づくり」につながり、ひいてはダイレクトメール事業のビジネス機会を創出すると考えています。

トピックス

筆耕ロボットDMサービス

2019年11月

手書き感のある文字で思いの伝わるメッセージをお届け



これまで…

手書きの訴求効果は高いものの、
人手不足やコスト負担から、
必ずしも多く用いられる方法ではなかった。



筆耕ロボットDM

- ・人による手書きよりも安価
- ・書き損じなく正確な筆耕
- ・タブレットで作成した文字や絵を再現

24

次に「先端設備充実による生産性向上」の取組みです。

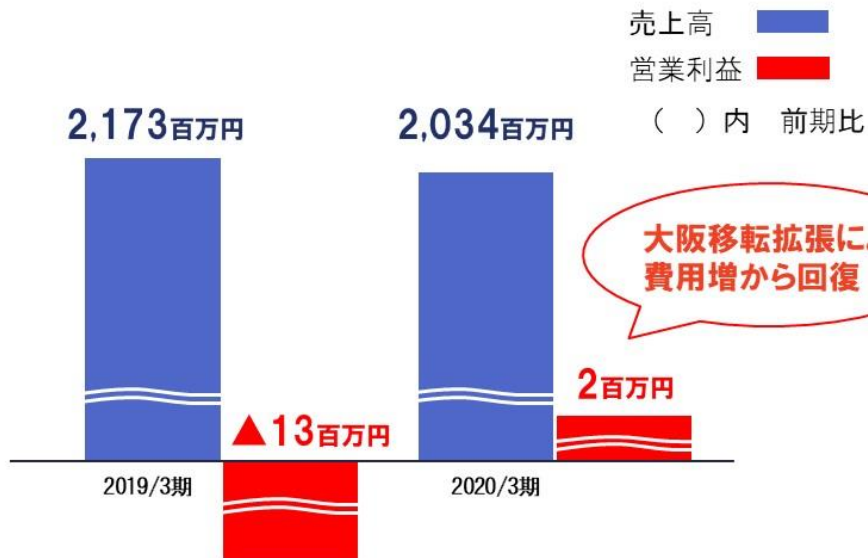
ここで開発したサービスは、ロボットアームが実際のペンを使って文字を書くサービスです。

従来から、商用のDMに手書き文字を添えることによる訴求効果が認められていましたが、人手不足やコスト負担から、必ずしも多く用いられる方法ではありませんでした。本件では、ロボットアームを活用することでこれらの問題を解消し、広く利用しやすい筆耕サービスを実現したものです。

現在、顧客へのバースデー・クーポンDMに添えるメッセージの筆耕などで利用されています。

トピックス

関西支社増収増益で西日本事業黒字化



25

次に「西日本エリアの事業再構築」の取組みです。

中期経営計画初年度の2018年7月に大阪支社を移転拡張して以降、生産設備や人材を拡充するとともに、九州までの西日本エリアのDM、SP案件の開拓をすすめています。

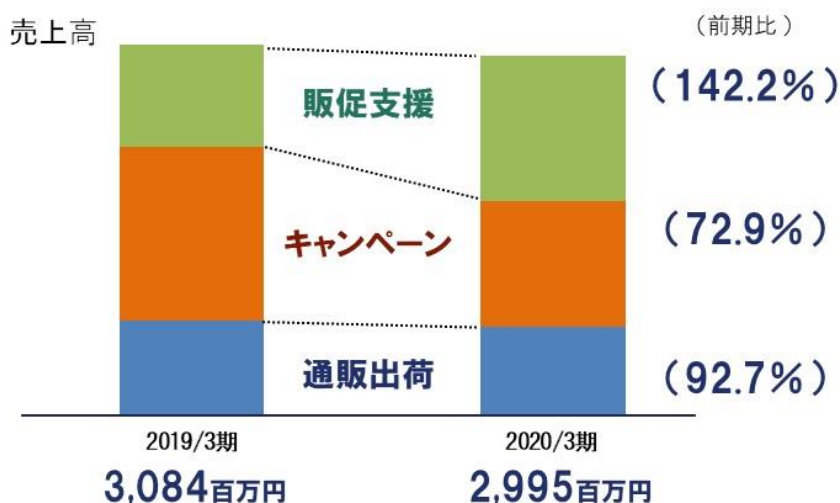
2020年3月期では、売上高はほぼ前期並みとなりましたが、大阪移転拡張による費用増から回復し事業を黒字化しました。

引き続き、西日本エリアの新たな顧客と案件を取り込んでいきたいと考えています。

トピックス

前期案件剥離を新規受注で挽回

販促支援の物流サービスが大きく伸び



26

次に「3つの分野で物流を伸ばす」取組みです。

後発の物流事業では、通販、キャンペーン、販売促進といった、当社の従来事業との関連性が強い分野の物流ニーズをとらえて受注する戦略です。

中でも2020年3月は、販促支援分野(企業が支店や店舗で使用する販促資材・ノベルティなどを必要に応じてお届けするサービス)の新規受注案件の貢献度が大きくなりました。

今後は、継続性の高い案件を取り込みながら、業務の習熟度を向上させ、利益率の改善に注力してまいります。

※本頁では川島ロジスティクスセンターで行う全物流案件の売上高を表示しております。
一方、9頁の物流事業売上高には関西支社で受注した案件分を含んでおりません。
このため両頁間で売上高を示す金額が異なっております。

トピックス

パラスポーツ振興イベントの受注が拡大。

国際的スポーツイベント、パラスポーツ振興、各種ビジネス・アミューズメント などのイベント開催が期待される。

27

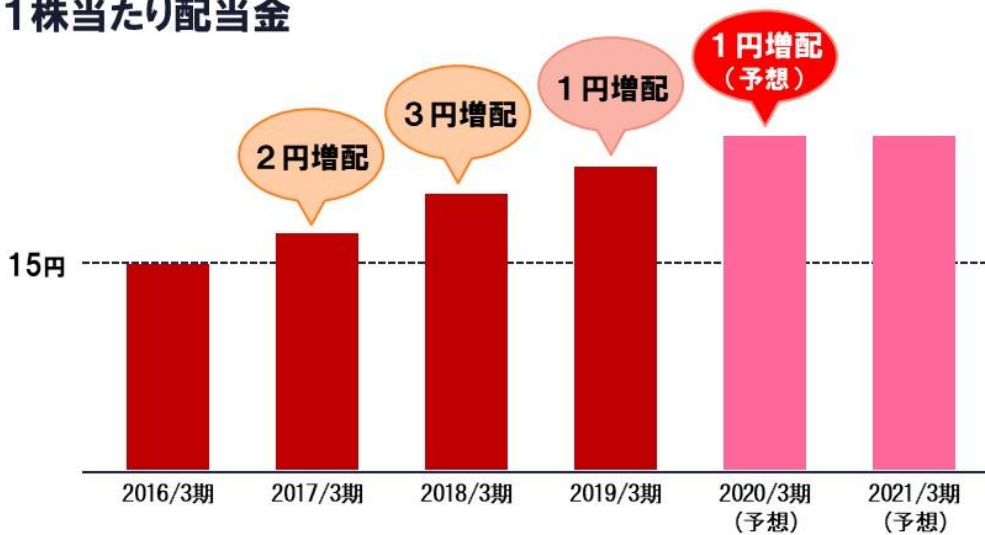
最後は、「イベント需要の取込み」です。

2020年3月期は、2020年の国際的スポーツイベントを前にさまざまなイベント需要が高まったことで、当社でも、これまで培ったノウハウと顧客基盤を最大限に生かし、これらのビジネスチャンスをイベント事業の拡大につなげることができました。

一方、今後は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で見送りと化した受注機会を挽回すべく、市場環境と業界動向を捉えて取り組んでまいります。

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。

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。

株主還元について、当社では、過去3年連続で増配をしました。また、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に、2020年3月期においても1円増配の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**



5

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 ・物流部門 ・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	296人（2020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）



日本車いすテニス協会 オフィシャルサポーター



(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%	1,389	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%		6.8%	

33

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

34

(単位：百万円)

		2019/3期	2020/3期	前年増減率		
				構成比	前年増減額	前年増減率
DM	売上高	22,063	22,327	82.2%	+264	+1.2%
	セグメント利益	1,817	2,001	120.3%	+184	+10.1%
	利益率	8.2%	9.0%		+0.8pt	
物流	売上高	2,979	2,910	10.7%	-69	-2.3%
	セグメント利益	-7	43	2.6%	+50	-
	利益率	-0.2%	1.5%		+1.7pt	
SP	売上高	847	774	2.9%	-72	-8.6%
	セグメント利益	120	169	10.2%	+49	+41.3%
	利益率	14.2%	21.9%		+7.7pt	
イベント	売上高	799	1,021	3.8%	+222	+27.9%
	セグメント利益	35	48	2.9%	+13	+38.4%
	利益率	4.4%	4.8%		+0.4pt	
賃貸	売上高	85	108	0.4%	+22	+25.9%
	セグメント利益	45	56	3.4%	+11	+24.9%
	利益率	52.9%	52.5%		-0.4pt	
その他	売上高	4	4	0.0%	-0	-4.9%
	セグメント利益	4	3	0.2%	-0	-12.7%
	利益率	99.1%	79.2%		-8.1pt	
全社調整	売上高	-	-	-	-	-
	セグメント利益	-648	-660	-39.7%	-12	-
	利益率	-	-		-	
合計	売上高	26,779	27,146	100.0%	+367	+1.4%
	セグメント利益	1,366	1,663	100.0%	+296	+21.7%
	利益率	5.1%	6.1%		+1.0pt	

35

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。

36