

2020年3月期 第2四半期決算説明資料

- ・株式会社ディーエムエス
- ・ジャスダック証券コード9782
- ・2019年12月4日

- 1 サマリー**
- 2 決算概要**
- 3 成長に向けた取り組み**
- 4 参考資料**

1

サマリー

1 2020年3月期第2四半期実績

第1四半期の上方修正以降もDM受注増進、
物流事業も前期の案件剥離をカバーして続伸を維持。

2 2020年3月期通期予想

下期の販促需要期を前に予算の過半をクリア、
DM、物流、イベントの事業環境を捉えて増収増益を維持。

3 成長に向けた取り組みの進捗

中核のDMはデータ活用社会の到来を背景に
デジタルと紙を組み合わせた需要を開発。
新たな物流事業と販促・イベント事業の伸長が支える。

2

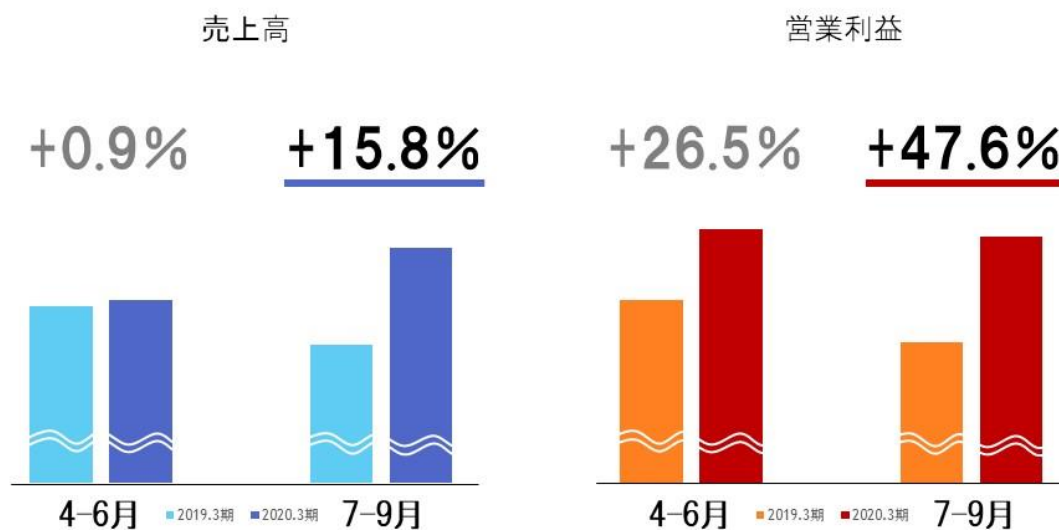
決算概要

	2019/3期2Q	2020/3期2Q	前年同期比	通期予想に対する進捗率
売上高	13,332	14,410	+8.1%	52.6%
営業利益	599	816	+36.3%	52.7%
経常利益	612	832	+35.8%	53.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	423	593	+40.2%	54.5%

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月期第2四半期は、8.1%増収、36.3%営業増益となりました。

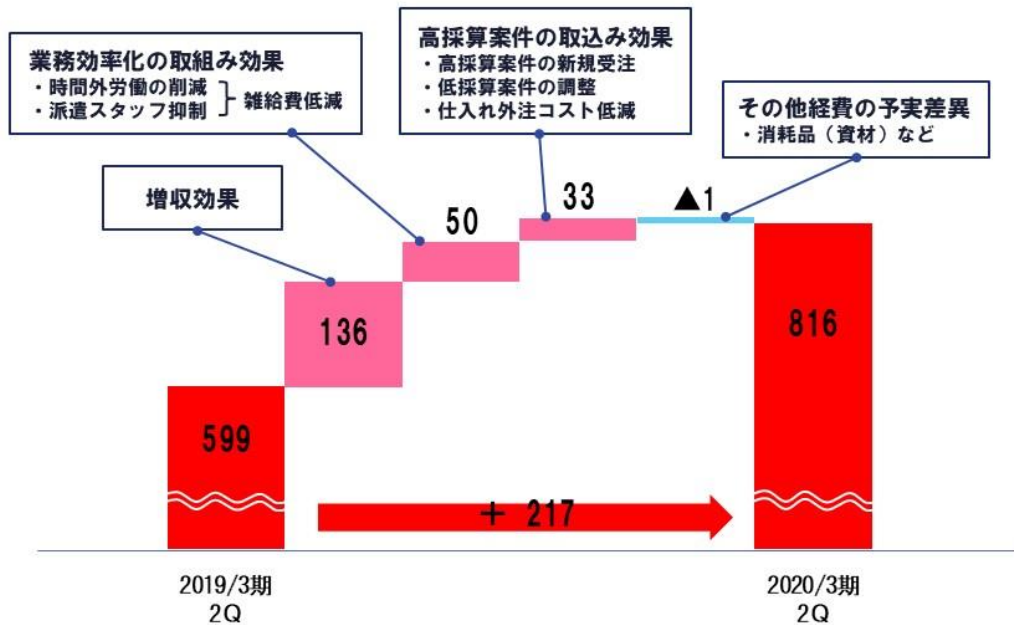
第2四半期時点における通期予想に対する進捗率は、売上高、利益ともに52%強から54%強となっています。当社では例年下期の予算のほうが大きいので、第2四半期時点で通期予測の過半となる、このペースには悪くない印象をもっています。



売上高は、第1四半期では、前年同期比プラス0.9%でしたが、第2四半期はプラス15.8%、営業利益は、同じく、第1四半期のプラス26.5%に対して、第2四半期はプラス47.6%といずれも伸び率は右肩上がりに高まりました。

（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



営業利益の増減要因をご説明します。

まずは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したことによる増収効果が大きく働いています。

合わせて、業務部門における効率化の取り組みが奏功して時間外労働や派遣スタッフ動員の抑制ができたことで雑給費の低減効果が効いています。

また、物流部門で採算性のよい案件への移行ができたことも増益に貢献しました。

このことで、売上総利益率は、前年同期比0.9ポイント上昇し、金額ベースでは、前年同期比プラス18.4%となりました。

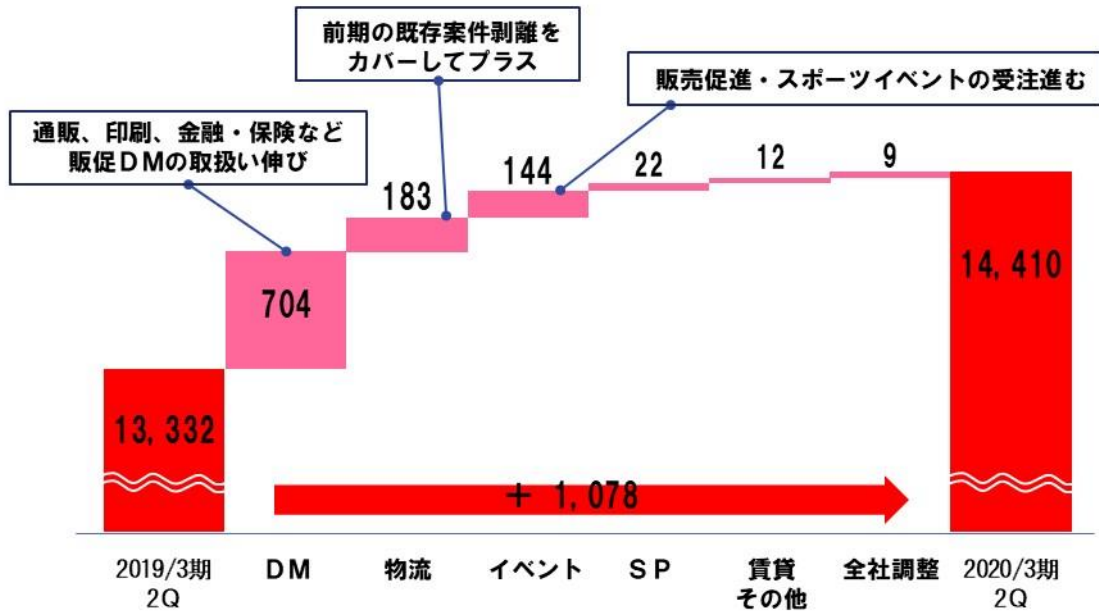
セグメント別実績（前2Q比）

（単位：百万円）

		2019/3期 2Q	2020/3期 2Q	前年同期比		
				構成比	増減	伸率
DM	売上高	11,028	11,733	81.4%	+704	+6.4%
	セグメント利益	856	977	119.7%	+121	+14.2%
	利益率	7.8%	8.3%		+0.5pt	
物流	売上高	1,459	1,643	11.4%	+183	+12.6%
	セグメント利益	▲13	16	2.0%	+30	—
	利益率	▲0.9%	1.0%		+1.9pt	
SP	売上高	367	389	2.7%	+22	+6.2%
	セグメント利益	47	99	12.2%	+51	+110.2%
	利益率	12.9%	25.4%		+12.5pt	
イベント	売上高	490	635	4.4%	+144	+29.4%
	セグメント利益	22	29	3.6%	+7	+33.4%
	利益率	4.5%	4.7%		+0.2pt	
賃貸	売上高	39	52	0.4%	+12	+32.0%
	セグメント利益	18	19	2.4%	+1	+9.4%
	利益率	45.3%	37.5%		▲7.8pt	
その他	売上高	2	2	0.0%	▲0	▲12.0%
	セグメント利益	2	1	0.2%	▲0	▲15.1%
	利益率	87.4%	84.3%		▲3.1pt	
全社調整	売上高	▲56	▲46	▲0.3%	+9	—
	セグメント利益	▲333	▲328	▲40.2%	+5	—
	利益率	—	—			
合計	売上高	13,332	14,410	100.0%	+1,078	+8.1%
	セグメント利益	599	816	100.0%	+217	+36.3%
	利益率	4.5%	5.7%		+1.2pt	

2020/3期1Qより「物流」のセグメント業績を従来合算していた「DM」から区分しています。
このとき関連する本社営業等の販管費を「物流」の業績に考慮し2019/3期2Qに遡及しています。

好調なDMをはじめすべての事業分野で売上伸長



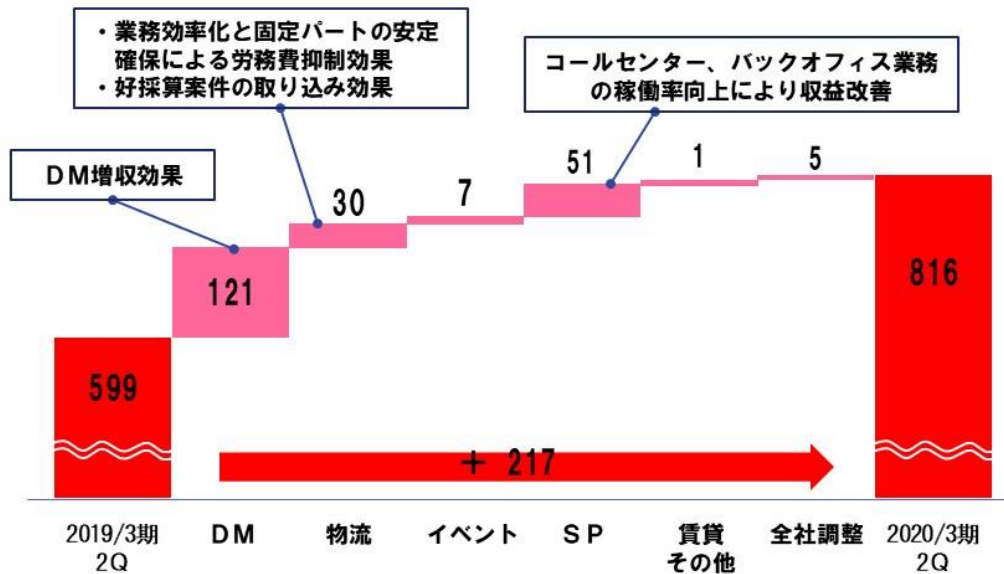
売上面での貢献が大きかったのは中核事業であるDMです。

特に通販、印刷、金融・保険などの分野で販売促進DMの取扱いが伸びています。

また、川島ロジスティクスセンターで展開している物流も第1四半期までは前年の案件剥離をカバーできていませんでしたが、第2四半期では新規受注案件により前年同期から反転することができました。

さらにイベントも、販売促進系やスポーツイベントの受注が奏功しています。

増収・高採算案件効果と物流部門の労務費抑制効果が奏功



利益面でもDM事業の増収効果が大きく貢献しています。

また、物流事業では、先ほど触れた労務費抑制と好採算案件の取り込みの効果が最も出ています。

さらにSP(販売促進)事業では、増収にともないコールセンターやバックオフィス業務の稼働率が向上したことでムダ・ムラが最小化し、増益を後押しすることになりました。

	※上方修正 (2019.7.31)				
	2019/3期 【実績】	2020/3期 【予想】	前期比	2020/3期 【10~3月予想】	前年同期比
売上高	26,779	27,395	+2.3%	12,985	▲3.4%
売上原価	24,115	24,486	+1.5%	11,576	▲3.9%
販売管理費	1,297	1,361	+4.9%	678	+7.6%
営業利益	1,366	1,547	+13.2%	731	▲4.7%
経常利益	1,389	1,567	+12.8%	735	▲5.4%
1株当たり 当期純利益	163.81円	186.84円	—	84.87円	—

売上高	ダイレクトメール部門を中心に受注好調を維持
利益	増収及び高採算案件取込みと業務効率化により増益見込む

2020年3月期の業績予想です。

売上高は前期比2.3%増加の273億95百万円、
営業利益は13.2%増加の15億47百万円、
経常利益は12.8%増加の15億67百万円を見込んでいます。

本年7月31日に期初の業績予想を上方修正した後の業績も好調ではありますが、今回は予想を据え置いていますので、下期予想は減収減益に見えています。

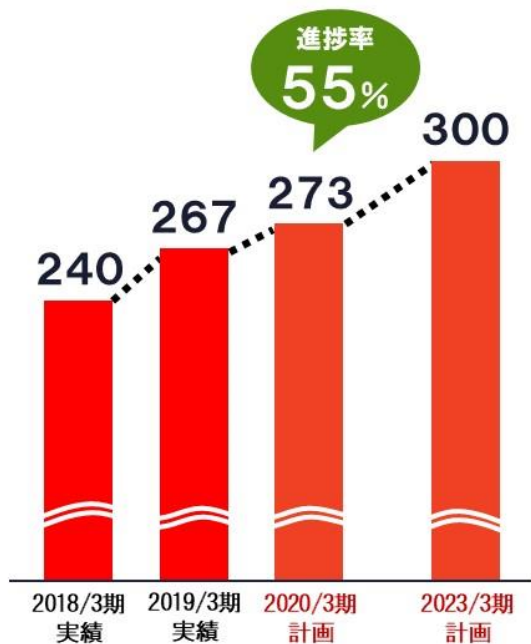
ただし、今のところ下期に向けて不安要素はありませんので、さらなる業績伸長に取り組んでいけると考えています。

3

成長に向けた取り組み

(単位：億円)

売上高の見通し



営業利益の見通し

() 内：営業利益率、%



当社は、昨年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。

これに対して、2020年3月期は、売上高55%、営業利益50%の進捗率で推移する見通しです。

- 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。本日はこの中から、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

DM上位5業種で
75%を占める

デジタル

5.8億円
+12.9%(5%)

広告代理店

6.7億円
+11.9%(5.8%)金融
13億円
+20.9%
(11.2%)

通信販売

42億円
+2.5%
(36.1%)印刷 19億円
+2.3%(16.6%)2020.3.2Q
DM事業全体
117億円

最初に「デジタル時代のDM強化」について、現在のDM事業の業種別売上構成をご覧ください。

上位5業種である、通信販売、印刷、金融、広告代理店、デジタル事業者の売上で74%に達しますが、いずれも前年同期比で取り扱いを伸ばしています。

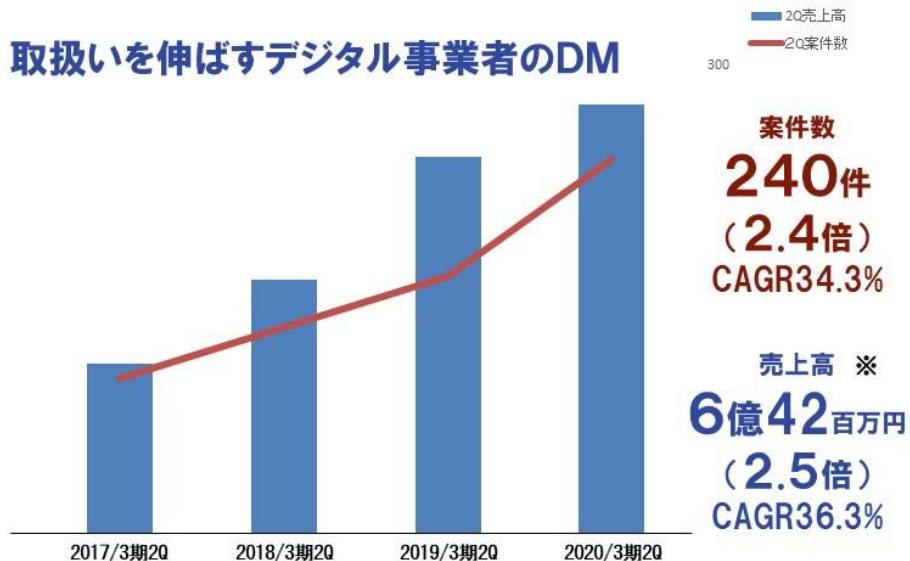
この背景には、各クライアントが顧客データを蓄積し、その活用に積極的になっているということがあります。

グラフの水色のデジタルというのは、従来、インターネット上で商品・サービスを販売していた事業者で、最近、紙のDMを積極的に活用している事業者のことですが、次にこの分野の推移をみてみます。

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。

ご覧のようにデジタル事業者の案件数は、3年前より2.4倍、売上高は同じく2.5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、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

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。この秋は2つの新サービスを開始しています。

ひとつはDMにAI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。

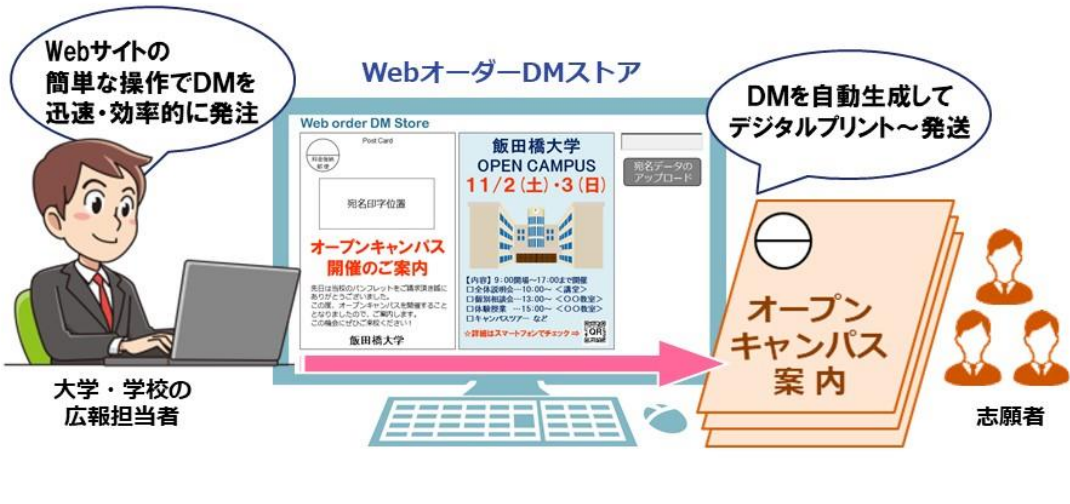
従来、eメールでフォローすることはありましたが、顧客がeメールを見ないことが多くなっています。

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がおすすめ商品の解析で顧客の購買意欲を喚起するというところがセールスポイントになっています。

トピックス

教育機関向けWebオーダーDM

人材総合サービスの株式会社ディスコと共同展開



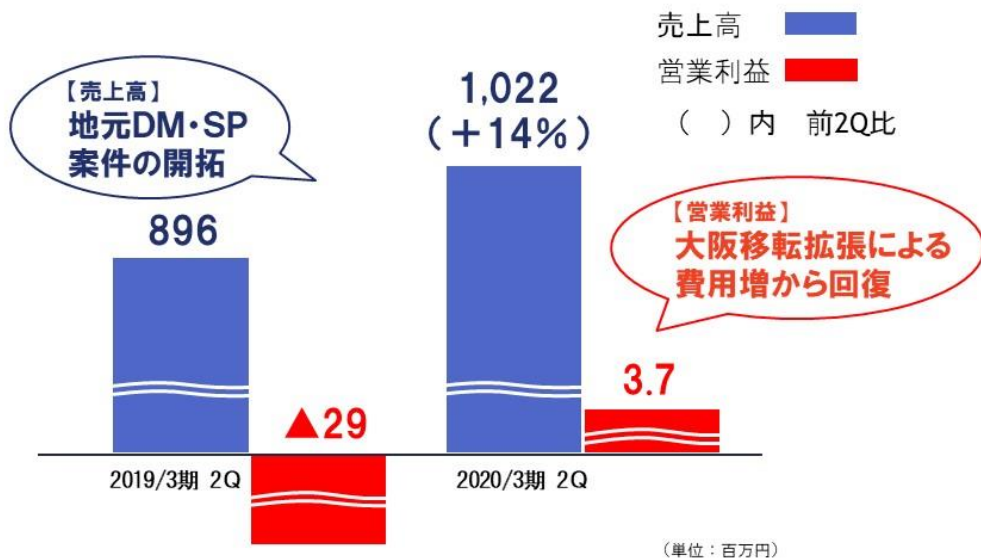
もう一つは、大学など教育機関向けにWebで発注できるDMサービスです。教育業界では、少子化を背景に学生の獲得・維持が課題になっていますが、オープンキャンパスの集客や受験促進のためのDM制作作業は学校担当者の負担になっていました。

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

関西支社増収増益で西日本事業黒字化



次に「西日本エリアの事業再構築」の取組みです。

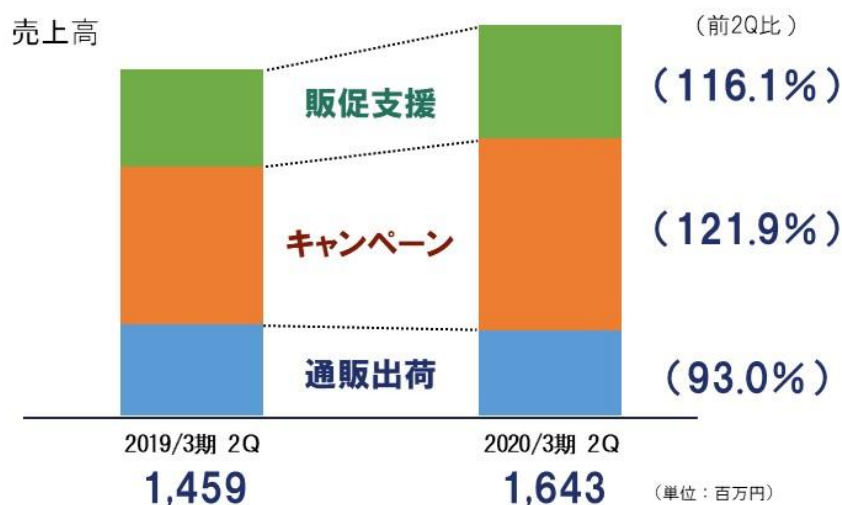
昨年7月には大阪支社を移転拡張し生産設備や人材を拡充しました。その後、西日本エリアのDM、SP案件の開拓をすすめることで、前年同期比プラス14%の増収となり、利益面でも、増収効果と、昨年の移転拡張費用からの反動とで、黒字に転換することができました。

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

案件剥離挽回の新規案件でプラス維持

販促支援、キャンペーンの新規案件開発が伸び



次に物流分野においては、これまでの取り組みで蓄積したノウハウと引続き追い風となっている事業環境を糧に、販促支援、プレゼントキャンペーン、通販出荷の3つの分野を展開しています。

前期の既存案件が剥離したことで第1四半期は苦戦しましたが、上期全体では新規案件の受注でこれを挽回しプラスを維持することができました。

また、これらに加え、下期に本格的な出荷がはじまる大型の販促支援物流案件の受注ができましたので、さらに下期に向けて伸ばしていきたいと考えているところです。

トピックス

パラスポーツ振興イベントの受注が拡大。



車いすバスケットボール



ボッチャ日本選手権

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。

最後は、「イベント需要の取込み」です。

今期は、現在、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ています。

当社では、これまで培ったノウハウと顧客基盤を最大限に生かして、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ていきたいと考えています。

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。

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、株主還元についてお話しします。
当社は、過去3年連続で増配をしています。
また、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、利益成長に応じて継続的に、株主の皆様への利益還元を図っていく所存です。



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

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。