

**2012(平成24)3月期  
第2四半期  
決算説明資料**



1. 会社概要・事業内容
2. 2012(平成24)年3月期第2四半期決算概要
3. 2012(平成24)年3月期業績見通し
4. 今後の展望
5. 取り組み

# 会社概要・事業内容

---

---

社名	株式会社ディーエムエス
本店所在地	東京都千代田区神田小川町一丁目11番地 千代田小川町クロスタ10階
設立	1961年4月
代表者	代表取締役社長 山本克彦
資本金	1,092,601,000円
社員数	300名(2011年3月現在)
子会社	東京セールス・プロデュース株式会社 株式会社デック
上場市場	JASDAQスタンダード(証券コード9782)
外部認証	プライバシーマーク JIS Q 15001:2006 ISMS JIS Q 27001:2006

## 沿革

**1961(昭和36)年4月**  
 ダイレクト・メール・サービス株式会社設立  
**1964(昭和39)年8月**  
 大阪支社開設  
**1976(昭和51)年4月**  
 板橋業務センター開設  
**1980(昭和55)年7月**  
 株式会社デックに資本参加 企画制作部門の充実図る  
**1981(昭和56)年10月**  
 朝霞業務センター開設  
**1985(昭和60)年10月**  
 DMS第二ビル社屋完成  
**1991(平成3)年4月**  
 (株)ディーエムエスに社名変更 創立30周年  
**1995(平成7)年10月**  
 日本証券業協会に株式を店頭登録  
**1998(平成10)年9月**  
 江東業務センター開設  
**1999(平成11)年2月**  
 プライバシーマークの認証取得  
**2000(平成12)年6月**  
 ロジスティクスセンター開設  
**2004(平成16)年7月**  
 分散していた事業所を統合し、さいたま市に「業務センター」を開設  
**2004(平成16)年12月**  
 ジャスダック証券取引所に上場  
**2005(平成17)年10月**  
 情報セキュリティ規格「ISMS認証基準」の認証取得  
**2010(平成22)年10月**  
 業務センター内に「ロジスティクスセンター」を開設  
**2010(平成22)年12月**  
 本社新社屋完成  
**2011(平成23)年4月**  
 創立50周年

**事業概要**

顧客データベースを活用した販売促進戦略の提案から、ダイレクトメールに係るメーリングサービスやセールスプロモーション全般にわたる業務をトータルサポートしております。単に情報を一方的に発信するという、一般的な広告手段だけでなく、生活者から、ダイレクトにレスポンス(注文や反応)のとれる効果的なコミュニケーション・メディア(媒体)の提供とその業務運営を事業としております。

**ダイレクトメール部門**

DM広告企画・制作、メーリングサービス、顧客情報処理サービス、ダイレクトマーケティング事業のサポートビジネスなど、ダイレクトメールに関するあらゆる業務をトータルサポートしております。

**セールスプロモーション部門**

情報誌・カタログ等の企画制作、キャンペーン、フィールド・サービス、テレマーケティング、インターネット広告、折込広告等のメディアサービスなど、マスコミ4媒体(新聞、雑誌、テレビ、ラジオ)とは別の角度から目的に応じた効果的な企業の販売促進活動をサポートしております。

**イベント部門**

SPイベント、PRイベント、スポーツ事業イベント、文化事業イベント等多種多様なイベントの企画から実施、アフターフォローまで、企業・生活者双方のニーズに合ったイベント事業の運営をサポートしております。

**賃貸部門**

自社所有の不動産を賃貸しております。

**生産拠点**

**業務センター**

- 稼働年月  
2004年7月
- 延床面積  
約20,000㎡  
(約6,000坪)



**ロジスティクスセンター**  
(業務センター内)

- 稼働年月  
2010年10月
- 延床面積  
約7,000㎡  
(約2,000坪)

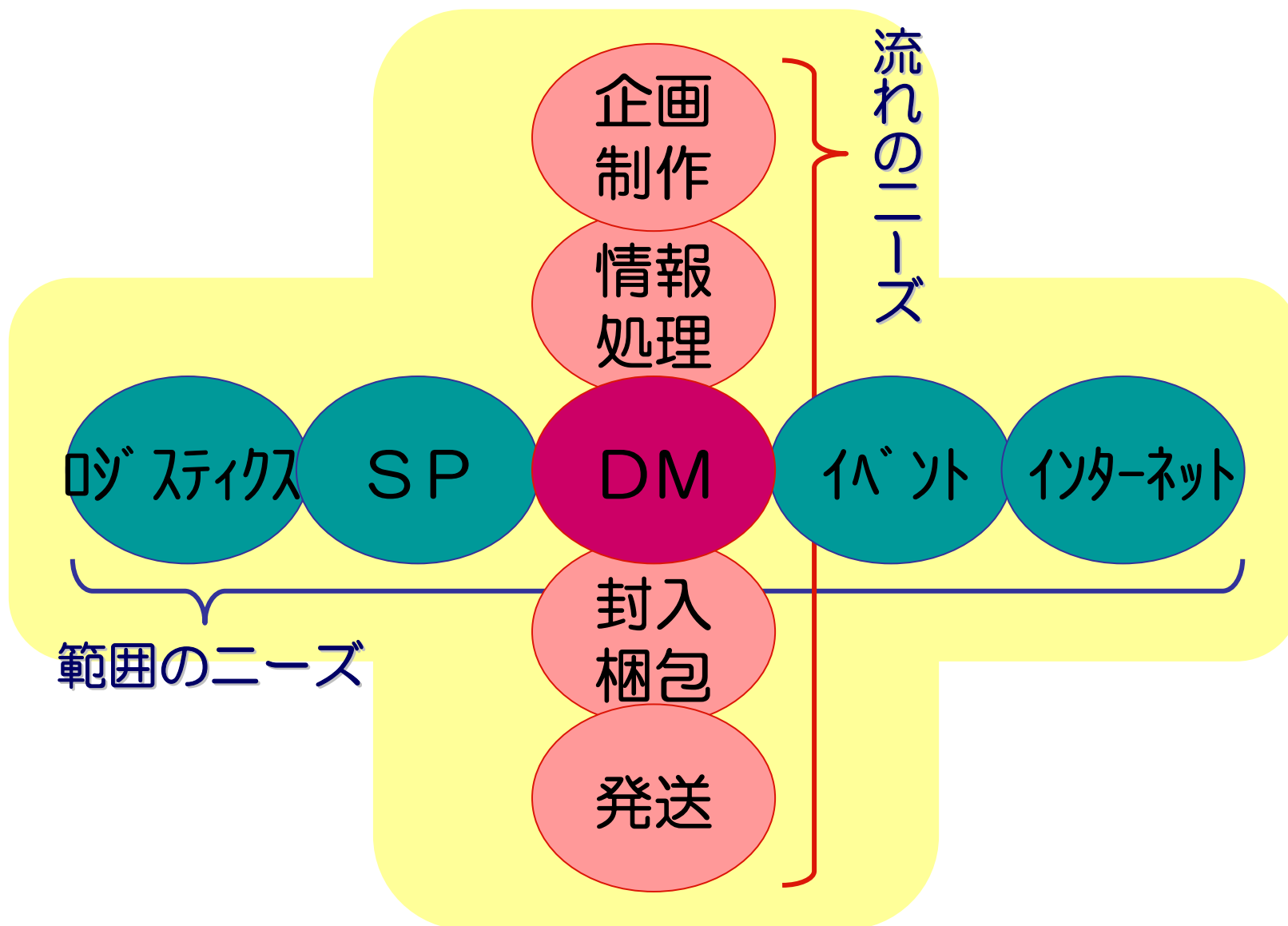


**大阪支社**

- 稼働年月  
1991年4月
- 延床面積  
約2,500㎡  
(約750坪)



顧客のニーズセットに対応する“トータルサービス”が強みです。



# 2012(平成24年)3月期 第2四半期決算概要

---

---

## 経済環境

- ・ 個人消費や設備投資などに改善の兆し
- ・ 大震災に係る復興需要の増加
- ・ 円高・株安・海外景気の下振れ懸念など

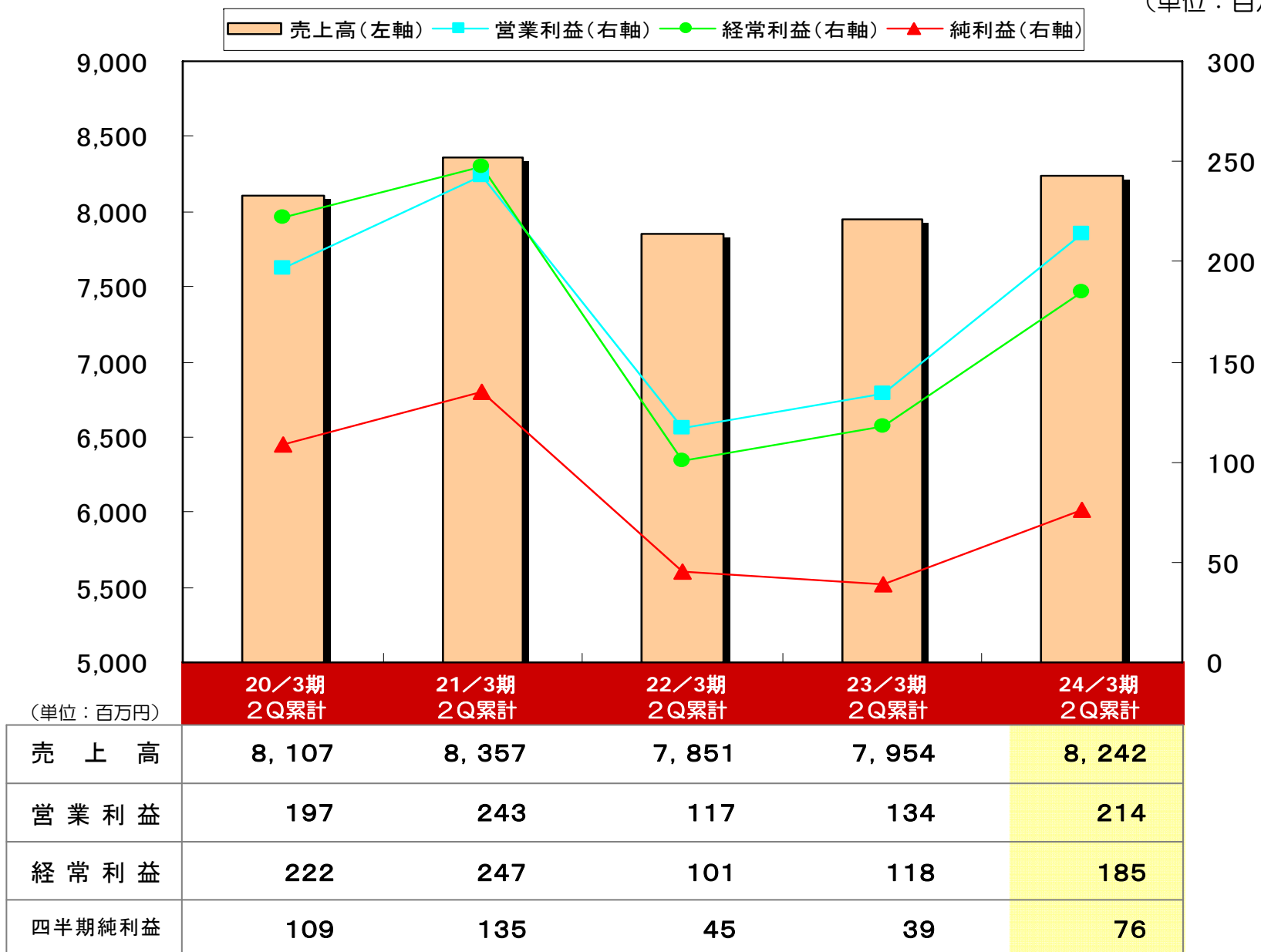
## 広告業界

震災の影響により一時的な落ち込みがあったが、その後回復し、ほぼ前年並みの水準を維持。



# 過去5事業年度の主要連結財務指標の推移

(単位：百万円)



(単位：百万円)

科目名	23/3期 2Q累計	24/3期 2Q累計
売上高	7,954	8,242
売上原価	7,137	7,380
売上総利益	817	862
販売費及び一般管理費	682	647
営業利益	134	214
営業外収益	14	12
営業外費用	30	41
経常利益	118	185
特別利益	—	—
特別損失	32	43
税金等調整前四半期純利益	86	142
法人税等合計	46	65
四半期純利益	39	76

(単位：百万円)

科目名	23/3期 2Q累計	24/3期 2Q累計
売上高	7,947	8,234
DM部門	7,143	7,539
セールスプロモーション部門	510	535
イベント部門	286	144
賃貸部門	6	14

## ◆ポイント

- 顧客企業における業務委託先の見直しに伴う引合い案件や震災の影響により延期されていた販促企画の再開案件を順調に受注
- 実施予定のイベントが震災の影響で中止や縮小に
- 本社ビルのテナント誘致活動が奏功し、一部フロアの賃貸が開始

# 連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目名	23/3期 会計年度末	24/3期 2Q会計期間末	科目名	23/3期 会計年度末	24/3期 2Q会計期間末
流動資産	4,403	4,516	負債	6,158	6,128
固定資産	8,047	7,907	流動負債	2,772	2,902
有形固定資産	6,329	6,231	固定負債	3,386	3,226
無形固定資産	38	33	純資産	6,310	6,312
投資その他の資産	1,679	1,641	株主資本	7,146	7,135
繰延資産	18	16	その他の 包括利益累計額	▲835	▲823
資産合計	12,469	12,440	負債・純資産合計	12,469	12,440

(単位：百万円)

	24/3期 2Q累計	主な増減内容	(参考) 23/3期 会計年度
営業活動 キャッシュ・フロー	795	●税金等調整前四半期純利益の計上：142 ●減価償却費の計上：216 ●売上債権の回収：343	1,154
投資活動 キャッシュ・フロー	▲81	●生産機器のリプレイス：▲73	▲2,664
財務活動 キャッシュ・フロー	▲325	●配当金の支払い：▲86 ●借入れ返済：▲232	1,278
現金及び 現金同等物残高	1,468		1,080

◆ポイント

- 生産性向上を目的とした生産機器のリプレイス
- 借入れの返済／配当金の支払い

2012(平成24年)3月期  
業 績 見 通 し

---

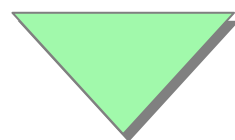
---

## 景気動向

- 復興需要による景気の下支え
- 海外景気の減速、円高・株安

## 業界動向

- 顧客企業における業務委託先の見直し
- 有効なプロモーション媒体としてのDM需要



**厳しい営業環境にある一方、  
引合いが活発な状況は続く見込み。**

## 新規顧客開拓

“トータルサービス”を強みに新規顧客開拓を積極的に展開し、売上拡大を図る。

## メーリングサービス業務の内製化

業務センターを中核とした生産体制の増強と効率化により、宛名データ処理・出力やメーリングサービス業務の内製化を推進。



こうした取り組みにより、既存案件の深耕と引合い案件の受注を図り、業績の向上を目指す。



◆平成24年3月期 連結通期業績予想

(単位:百万円)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	予想数値	前期比 (%)	予想数値	前期比 (%)	予想数値	前期比 (%)	予想数値	前期比 (%)
連結	17,500	4.7	475	9.9	410	5.3	205	18.8

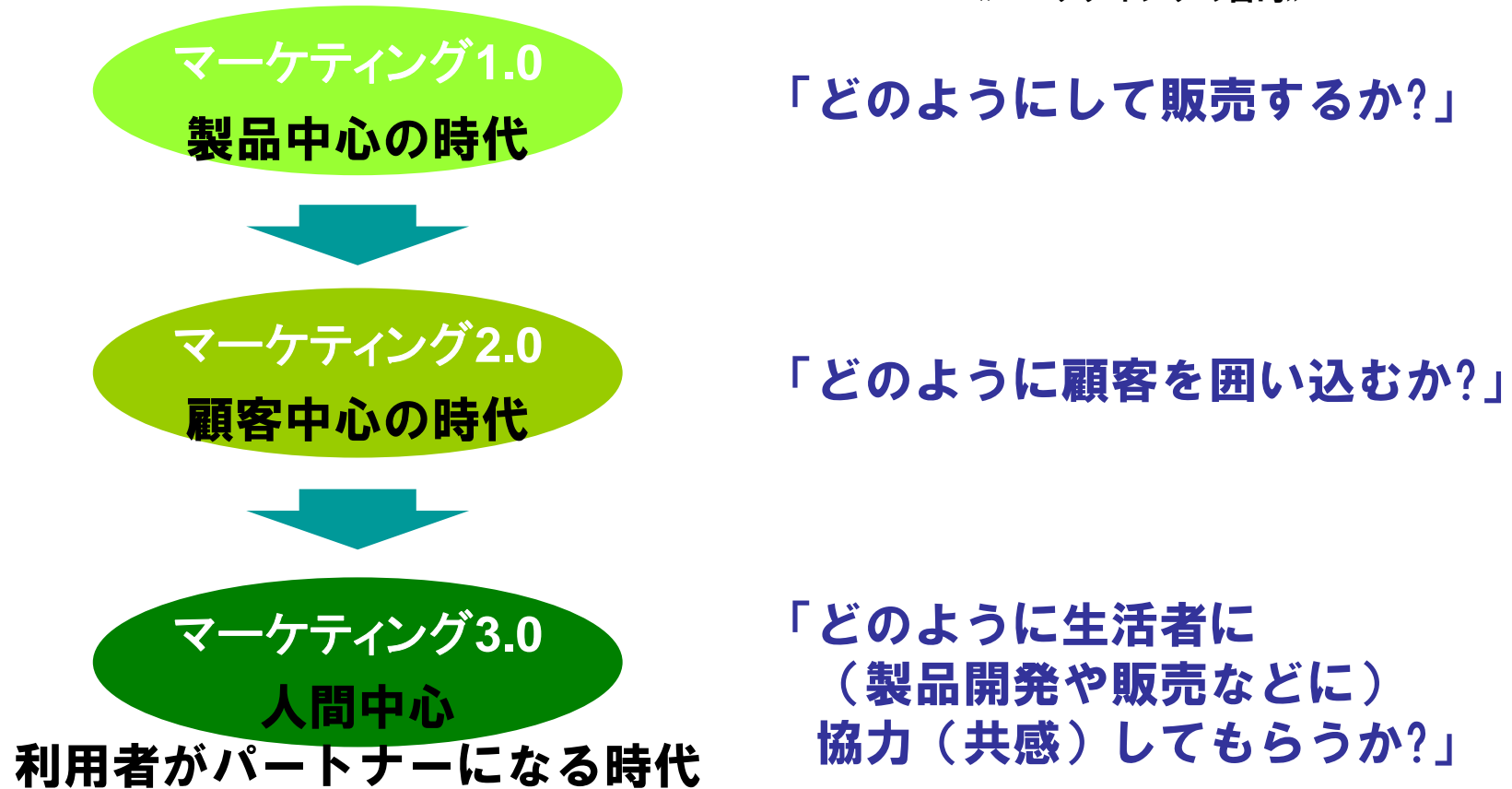
◆平成24年3月期 配当予想

1株当たり年間配当金(予想) 15円00銭

# 今 後 の 展 望



《マーケティングの目的》



顧客中心の時代においてダイレクトメール(DM)は、顧客囲い込みにパワーを発揮していましたが、人間中心の時代においては、ブランディングやコミュニケーションなど、DMが活躍するシーンも増えてきます。

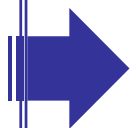
これからのダイレクトマーケティングは、  
部分最適から**全体最適・統合**へ向かう。

今まで  
(部分最適)

これから必要な要素  
(全体最適・統合型)

ターゲット戦略	すぐ買ってくれそうな 顕在顧客	+	顧客や潜在見込客も含めた 総合的アプローチ
メディア戦略	単媒体最適	+	複数メディアの全体最適 (クロスメディア戦略)
メッセージ	刈り取りメッセージ	+	ブランド認知、需要喚起も含めた メッセージ・ミックス
タイムスケール	短期、1出稿・1施策 レベルでの評価	+	短期に加えて中長期、間接効果 も含めた評価と計画

(参考:「先頭集団のダイレクトマーケティング」株式会社電通)

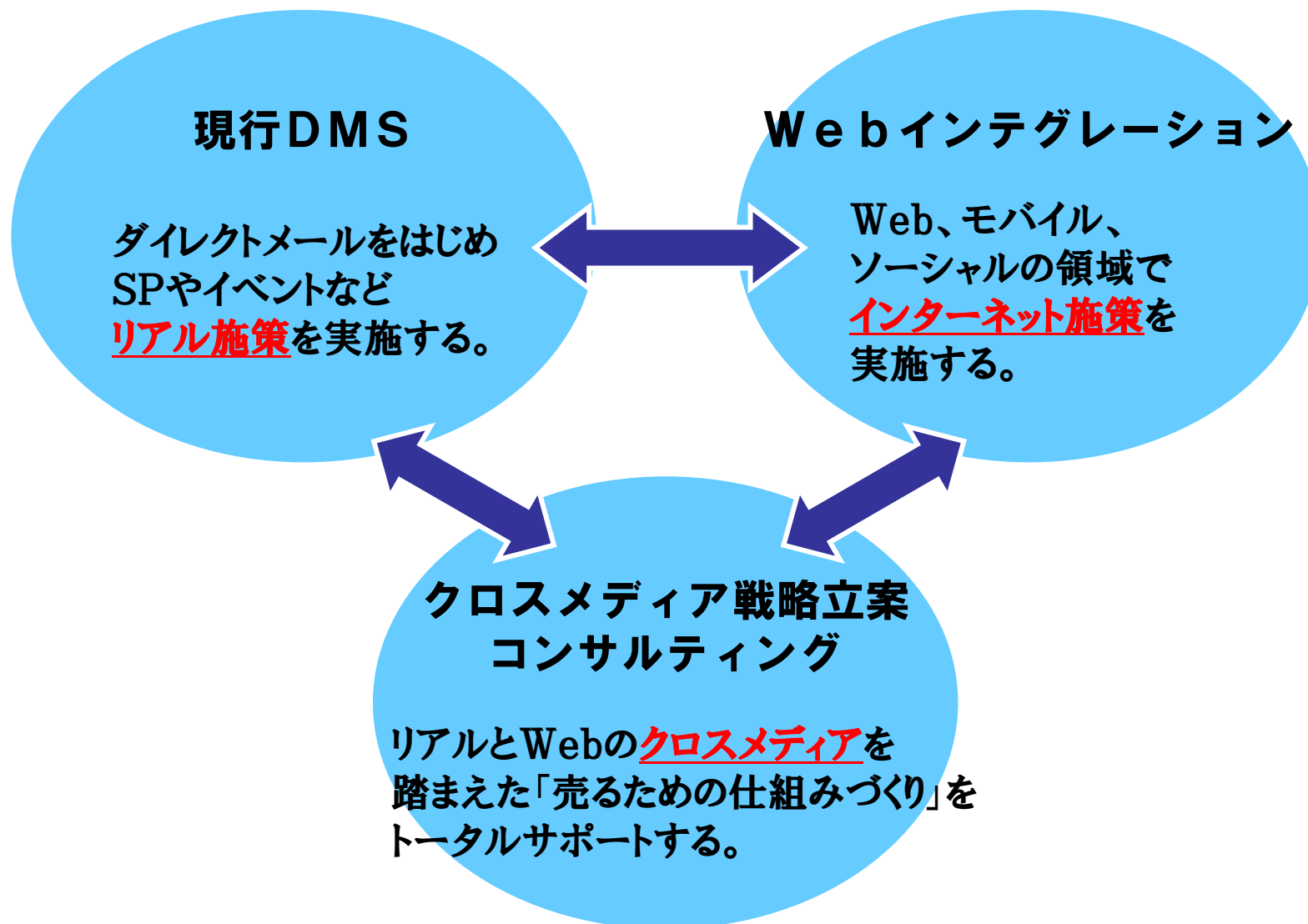


全体最適・統合へ向かうダイレクトマーケティングにおいては、DM・SP・イベントなどのリアル施策とともにWeb・モバイル・ソーシャルなどのインターネット施策とのクロスメディア戦略が必要になってくると考えられます。



このようなマーケティングの潮流に対して、  
ディーエムエスは・・・

**ダイレクトマーケティングにおける  
リアル施策とウェブ施策を実施できる機能を持ち、  
これらを駆使したクロスメディア戦略を立案し、  
顧客企業の「売るための仕組みづくり」を  
トータルサポートする企業を目指します。**



取 り 組 み

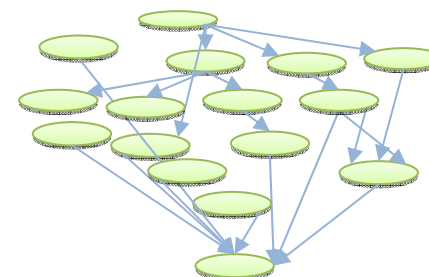


## 1. DMの費用対効果向上を支援します。《DM送付先最適化サービス》

DMIは、ターゲット選定により、もっと費用対効果を向上させることができます。

顧客データを最大限活用し、顧客の将来の行動を「ベイジアンネットワーク技術」で予測することで、レスポンスの期待できるDMターゲットを選定し、従来の方法よりも高い費用対効果を得られるDMを実現するサービスです。

$$P(A / B) = \frac{P(B / A) P(A)}{P(B)}$$



## 2. PODで多品種少量印刷に対応します。

プリントオンデマンドで印刷の手間とコストを圧縮します！

印刷物を「必要なときに」「必要な数量だけ」作成し、配送するまでをワンストップでご提供することで、クライアントの手間と時間とコストを軽減いたします。



## 3. データエントリーのコストを低減します。

セールスプロモーションやバックオフィス業務に付帯するデータエントリー・画像処理業務を大幅に改善します！

顧客情報やアンケート、プレゼントキャンペーン応募情報などの入力サービスを低価格・短納期で提供いたします。





## 1. スマートフォン対応を支援します。

普及が加速するスマートフォンに最適化したサイトの構築やアプリ開発を支援します。

スピードを優先させた既存サイトのコンバージョンサービスから本格的なスマートフォンサイトを構築するフルスクラッチ対応まで、クライアントのニーズに応じてスマートフォンに最適化したサイト構築やアプリ開発を支援いたします。



## 2. ソーシャルメディア活用を支援します。

「顧客の声」を傾聴し、対話交流を通じて顧客(潜在顧客、ファン)の信頼関係を構築します！

クライアントとユーザーの緩やかで長く頻繁なコミュニケーションを通じて、潜在顧客やファンとの絆(エンゲージメント)を深め、信頼関係を構築していただけるよう、ソーシャルメディアの活用を支援いたします。



## 3. EC事業の成功を支援します。

ECショップの開設から運営、集客・物流までをトータルサポートいたします！

マーケティング・ロジスティクスのソリューション型サービスをご提供することで、クライアントの負荷や物流コストの低減を図りつつ、「売れる仕組みづくり」を支援いたします。



業績見通しにつきましては、その目標達成に向けて事業を展開してまいりますが、経済状況や市場動向の変化など様々な要因により変動する可能性があります。

【本件資料に関するお問い合わせ】

株式会社ディーエムエス  
(経営企画室)  
TEL:03-3293-2961(代)