

株式会社ディーエムエス
(証券番号:9782)

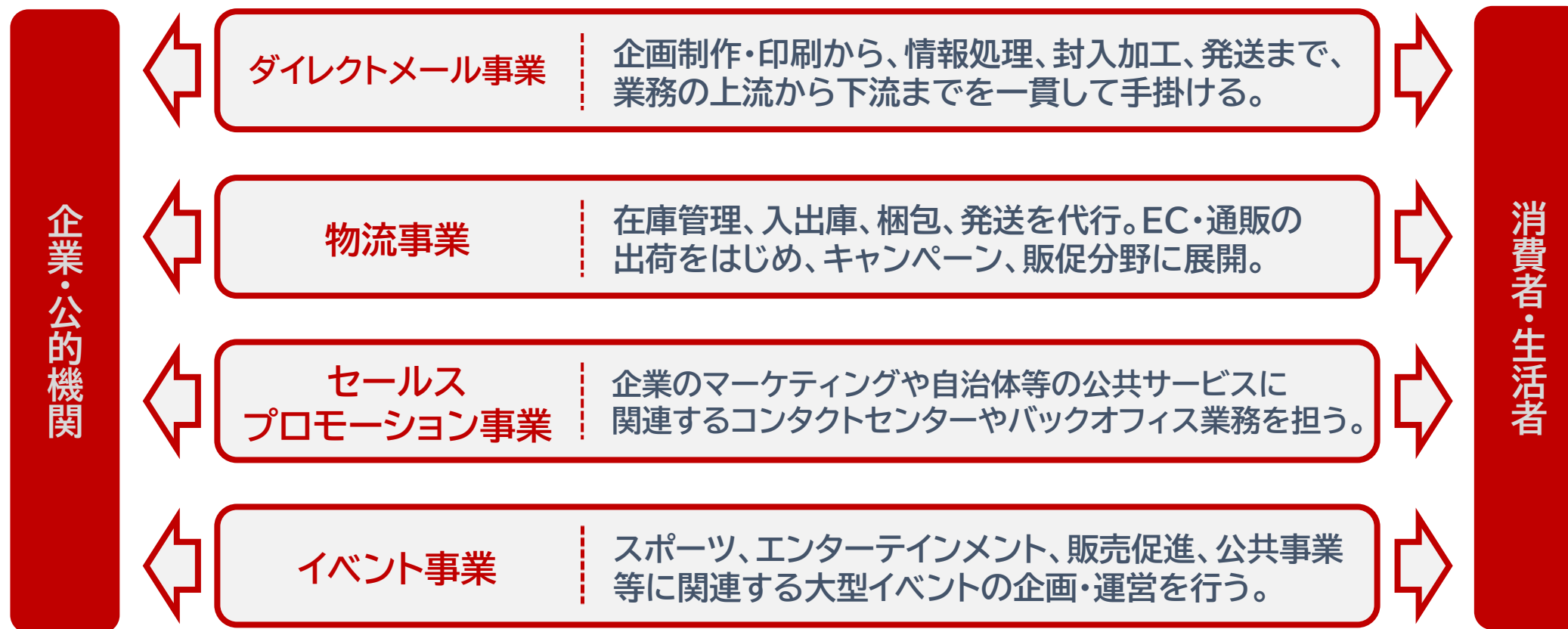
2027年3月期第1四半期決算概要

1. 事業紹介

2. 2027年3月期第1四半期業績

3. 2027年3月期業績予想

よい関係づくりをトータルサポート



3つの強みを背景に…「付加価値×規模」領域に注力

ワンストップサービス

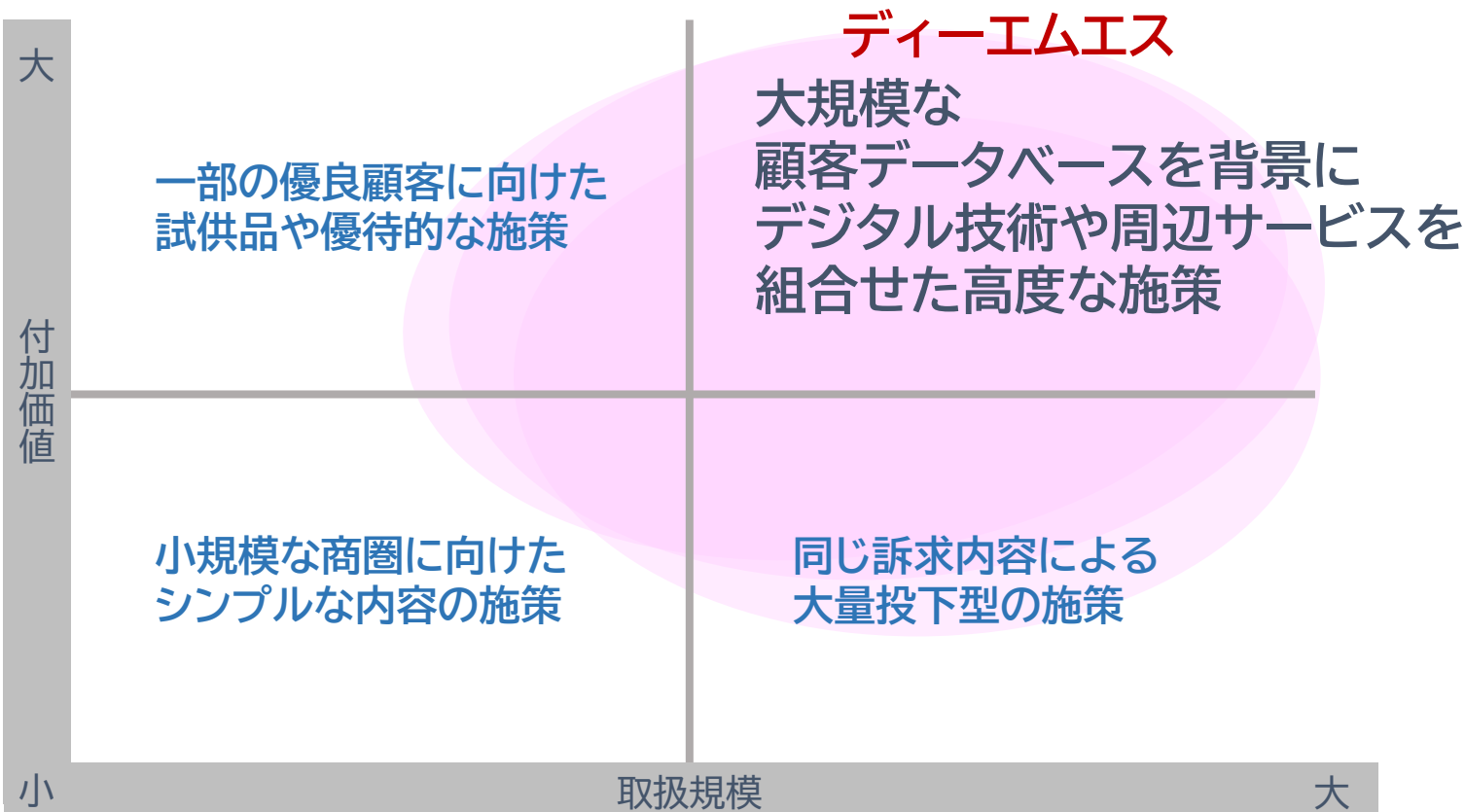
顧客企業の必要とする機能を
複合的に提供できる

スケールメリット

年間3億通超…国内最大手として、
規模のメリットを顧客に還元

マネジメントシステム

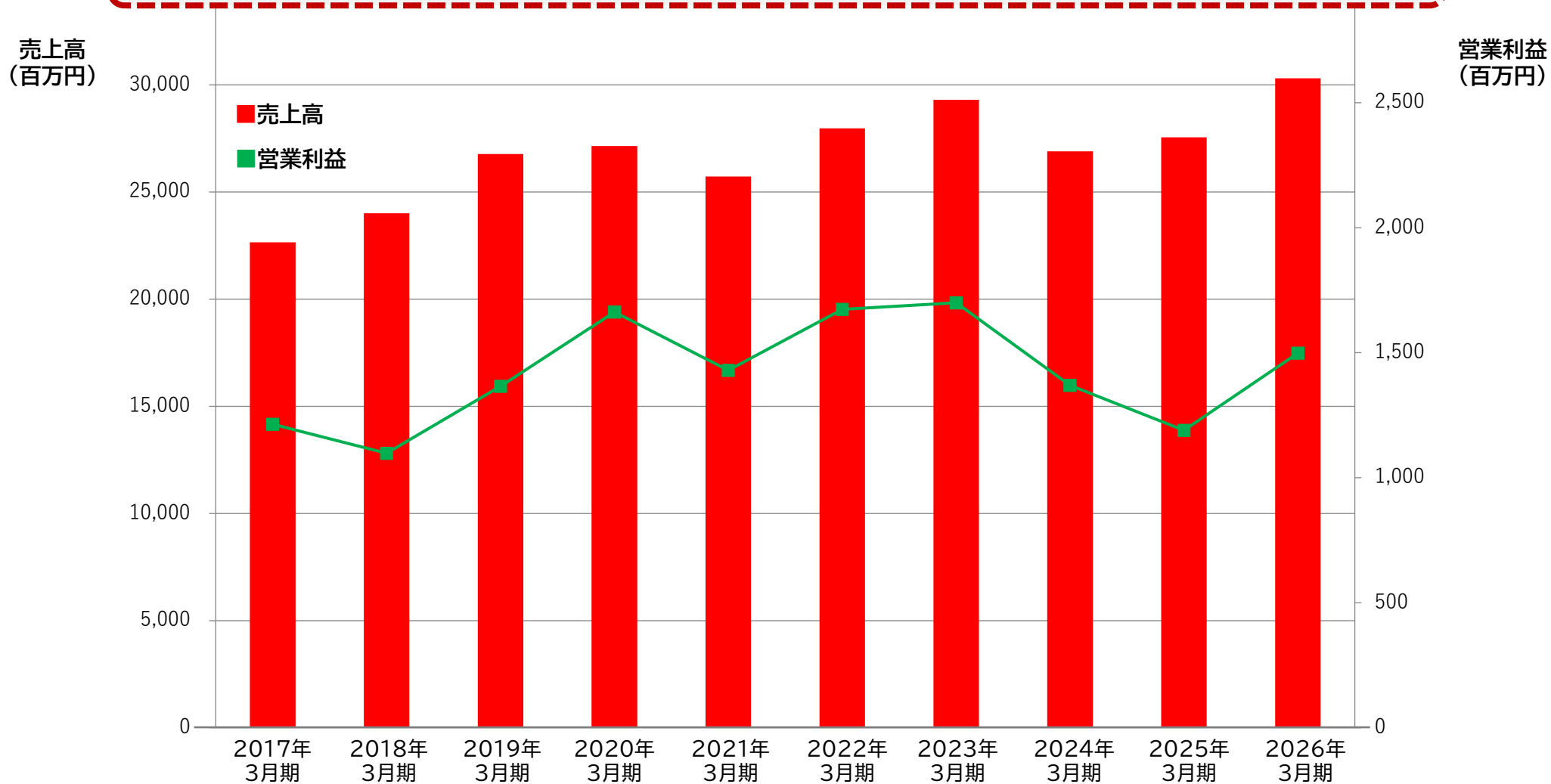
4つの認証で(※)
情報と安心をセットでお届け



※「4つの認証」 プライバシーマーク、JISQ9001、JISQ27001、PCI DSS



2017年3月期 ~ 2026年3月期



◎売上利益ともに、2027年3月期目標を1年前倒しで達成

2027年3月期
目標

売上高
280億円

営業利益
13億円

純利益
9億円

事業戦略

次世代事業の創出

デジタル分野で既存事業との相乗効果を発揮する
新規事業を開発し新たなビジネスモデルを展開

第2・3の事業の柱づくり

物流、セールスプロモーション・イベント事業の
量的拡大と効率化で主要な事業セグメントへ

主力DM事業の深化

既存ダイレクトメール事業の安定成長をベースに
新市場開拓と新サービス提供でシェア拡大

基盤戦略

DX推進で事業と組織を変革

デジタル技術を活用する新規事業開発と
既存事業における生産性向上・新サービス開発を推進

サステナビリティ・SDGsへの取り組み

地球環境の保全や地域社会への支援活動を通じて
社会課題の解決に貢献

健康経営の推進

働く人々の健康増進に向けた取り組みにより
生産性の向上と組織の活性化を実現

ありたい姿

次の30年も成長し続ける企業を目指し
ダイレクトメールの枠組みを超えた「**総合情報ソリューション企業**」へ

	2027年3月期第1四半期	前年同期比
売上高	65億47百万円	-3.8%
営業利益	2億99百万円	+27.3%
四半期純利益	2億22百万円	+15.4%

概要

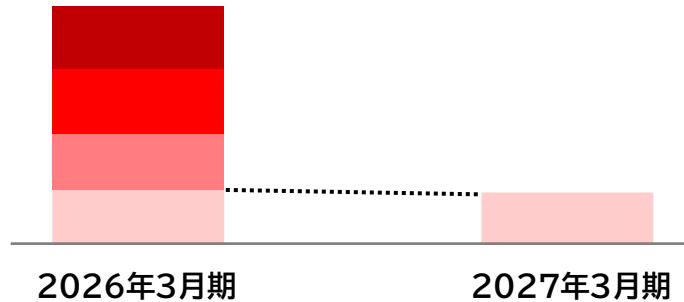
売上面では、個別案件に受注規模・時期の不安定性が見られたものの、利益面では、高付加価値サービスの提供、物流現場の機械・省人化、値上げ交渉などの取組みが奏功し、2ケタ増益を維持。

2. 2027年3月期第1四半期業績

②ダイレクトメール事業

(単位:百万円)

四半期毎の売上高(DM)



	2026/3月期1Q	2027/3月期1Q	前年同期比
売上高	5,774	5,452	-5.6%
セグメント利益	370	462	+24.7%

要因

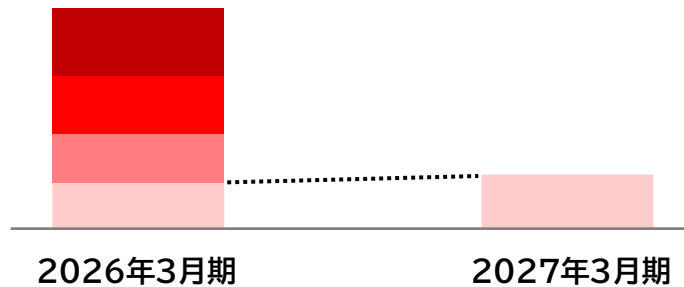
既存顧客の取引窓口拡大や新規案件受注を促進。一部顧客の販促案件先送りがあったものの、広い分野でDM販促活動が活発化、高付加価値案件の受注や値上げ交渉が奏功し2ケタ増益の好調を維持。

2. 2027年3月期第1四半期業績

③物流事業

(単位:百万円)

四半期毎の売上高(物流)



	2026/3月期1Q	2027/3月期1Q	前年同期比
売上高	645	758	+17.5%
セグメント利益	-2	18	—

要因

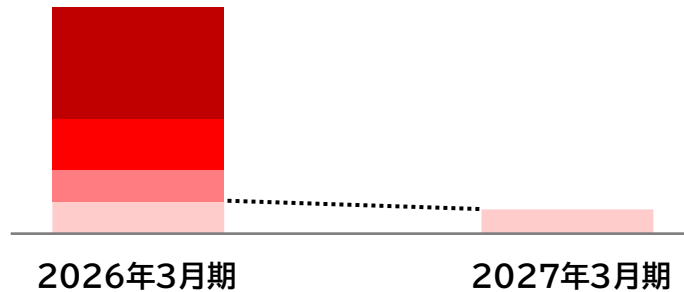
通販出荷をはじめとした案件の取扱いが堅調に推移し2ケタ増収。
機械化による省人・効率化による利益改善に取り組みながら、
新たに荷主顧客に対する物流倉庫保管料の値上げ交渉が奏功。

2. 2027年3月期第1四半期業績

④セールスプロモーション事業

(単位:百万円)

四半期毎の売上高(SP)



	2026/3月期1Q	2027/3月期1Q	前年同期比
売上高	91	69	-24.3%
セグメント利益	31	6	-78.9%

要因

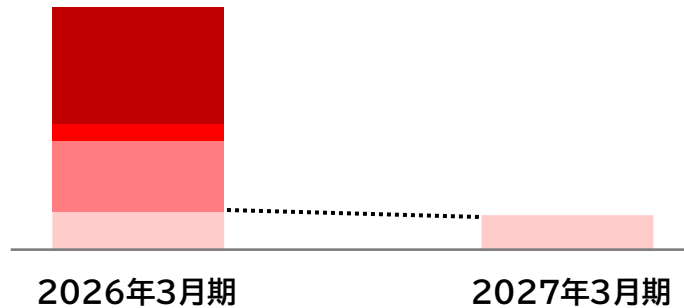
コールセンターやバックオフィス機能を活かした支援業務に注力するも、一部案件の縮小と前年同期のスポット案件反動により減収。これにともなう業務部門の稼働率低下が響き減益。

2. 2027年3月期第1四半期業績

⑤ イベント事業

(単位:百万円)

四半期毎の売上高(イベント)



	2026/3月期1Q	2027/3月期1Q	前年同期比
売上高	263	242	-8.0%
セグメント利益	18	14	-18.3%

要因

販売促進やスポーツイベントなどの運営・警備業務に注力するも、前年同期のスポットイベント反動や一部案件の規模縮小により減収。社内体制強化にともなう販管費増加とあわせて減益。

環境

中計目標前倒し達成

売上利益ともに2027年3月期目標を1年前倒しで達成。全体として業況は前向きに推移。

DM市場の縮小傾向

DM市場は送料ベースで前年比94.6%^(※1)となったものの大手・中堅企業のDM利用意向は高く、シェア拡大の機会。

中東情勢の影響

原料ナフサのひっ迫によりDM包装資材(フィルム)などの安定調達や価格高騰に対する懸念が発生^(※2)。

戦略

(※1)「日本の広告費2025」(株)電通

(※2)足元では資材の安定調達及び顧客企業との価格面での協議などの措置が奏功しておりますが、今後の動向については不透明な要素が含まれるため業績予想には織り込んでおりません。

次世代事業の創出

デジタル分野で既存事業との相乗効果を発揮する「自社開発システム製品」により、新たなビジネスモデルを展開。

戦略

主力事業の深化

DM

ビッグデータを保有する中堅・大手企業を中心に、DMの行動喚起力に期待が高まり、新規案件の引合いも活発化。さらなるシェア拡大を目指す。

第2・3の柱づくり

物流

EC市場続伸を背景に、業務提携先経由の新規案件が活発化。機械化による利益率改善に取り組みながら、さらなる規模拡大を目指す。

SP

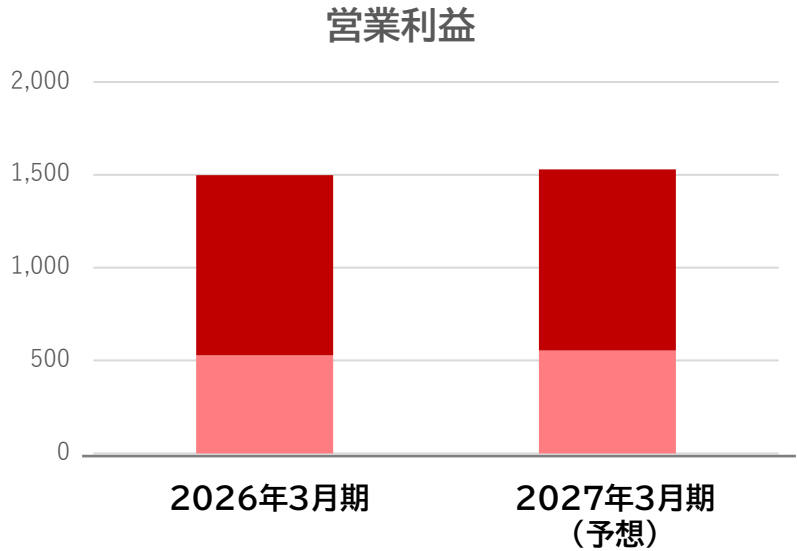
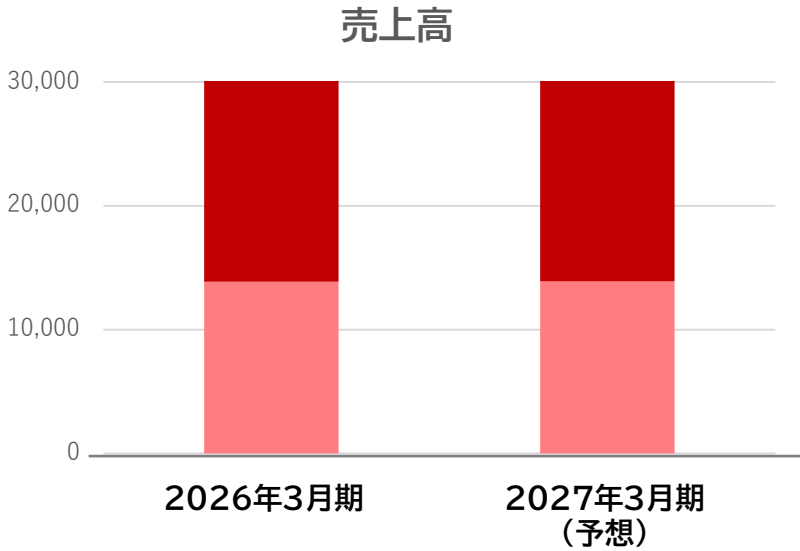
自治体の子育て支援事業や物価高騰対策に関する事務局等のトータルサービス受注を促進。AI活用によるデジタル化で差別化を図る。

EV

大型の季節イベントやスポーツイベント、ビジネスショー等の新規受注が確定。期中の新規獲得にも注力し、量的拡大を推進。

3. 2027年3月期業績予想

②業績予想



	2027/3月期(予想)				(単位:百万円)
	第2四半期	前年同期比	通期	前年同期比	
売上高	13,900	+0.3%	30,700	+1.3%	
営業利益	555	+4.8%	1,530	+2.0%	
経常利益	585	+4.2%	1,590	+0.5%	
当期純利益	410	+3.4%	1,100	+0.2%	

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

次の30年に向けて・・・

ダイレクトメールの枠組みを超えた
デジタル＆リアルの
総合情報ソリューション企業へ

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。