

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ディーエムソリューションズ

6549 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 6 月 26 日 (木)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

目次

■ 要約	01
1. ダイレクトメール事業とインターネット事業に加え、 新規事業として EC 関連サービスを展開	01
2. デジタルマーケティングから配送までワンストップの EC 関連サービスは唯一無二の強み	01
3. ダイレクトメール事業がけん引、2026 年 3 月期も 2 ケタ増益予想で過去最高業績を更新へ	01
4. ビジネス基盤と EC 関連サービスで、他に類を見ないソリューションカンパニーへ進化	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. 事業内容	05
2. ダイレクトメール事業	06
3. インターネット事業	08
4. アパレル事業	08
5. 強みと新領域	09
■ 業績動向	11
1. 2025 年 3 月期の業績動向	11
2. セグメント業績の状況	12
3. 2026 年 3 月期の業績見通し	14
4. 成長イメージ	15
■ 株主還元策	16
1. 配当方針	16
2. 株主優待	17

要約

EC を支援するソリューションカンパニーへ進化

1. ダイレクトメール事業とインターネット事業に加え、新規事業として EC 関連サービスを展開

ディーエムソリューションズ<6549>は、ダイレクトメール事業とインターネット事業をビジネス基盤に、ダイレクトメール (DM) やインターネット広告などを通じて広告主である顧客企業や EC 事業者とエンドユーザー (消費者・企業) をつなぐ事業を行っている。ダイレクトメール事業では、ダイレクトメールの企画から印刷、封入・封緘、配送までを行う DM 発送代行サービスと、EC サイトの構築から運用、マーケティング、決済、商品の保管・在庫管理・梱包・発送の物流代行までの EC 事業者向けフルフィルメントサービスをワンストップで提供している。インターネット事業では、蓄積してきた SEO ノウハウによるデジタルマーケティングサービスと、情報サイトなどを運営するパーティカルメディアサービスを展開している。また、リアル×ネットのビジネス基盤を活用した新規事業として、自社 EC や EC 支援など EC 関連サービスを展開している。

2. デジタルマーケティングから配送までワンストップの EC 関連サービスは唯一無二の強み

同社の強みは、ダイレクトメール事業における価格競争力や全国規模の営業力、ワンストップサービス、インターネット事業の SEO ノウハウを生かしたコンサルティングやメディアの運用などにある。現在同社は、こうした強みを持つダイレクトメール事業とインターネット事業をビジネス基盤に、自社 EC や EC 支援など EC 関連サービスの強化を開始した。デジタルマーケティングの領域では、EC サイトの制作やサイトへの Web 集客のサービスだけを提供する企業が大半のなかで、同社のように物流インフラを保有し、デジタルマーケティングサービスから在庫管理、梱包作業、配送までをワンストップで行うことができる企業はほとんどない。したがって、こうした機能を有している同社の EC 関連サービスは、唯一無二の強みとなっている。

3. ダイレクトメール事業がけん引、2026 年 3 月期も 2 ケタ増益予想で過去最高業績を更新へ

2025 年 3 月期の業績は、売上高が 21,155 百万円 (前期比 16.2% 増)、営業利益が 678 百万円 (同 19.4% 増) と好調で、過去最高の業績となった。ダイレクトメール事業の DM 発送代行サービスが好調だったことに加え、EC 事業者の物流支援サービスを行うフルフィルメントサービスも EC 市場の成長を背景に売上高をけん引、人材投資や国立フルフィルメントセンター開設コストなどを吸収して 2 ケタ増益となった。2026 年 3 月期の業績見通しについて、同社は売上高 22,830 百万円 (前期比 7.9% 増)、営業利益 800 百万円 (同 17.8% 増) と見込んでいる。DM 発送代行サービスでは引き続きシェアを拡大、フルフィルメントサービスでは国立フルフィルメントセンターによる収益貢献が大きくなる見込みである。また、インターネット事業ではダイレクトメール事業とのシナジー創出を図り、アパレル事業では利益を重視した柔軟な事業運営によって業績を拡大する計画である。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

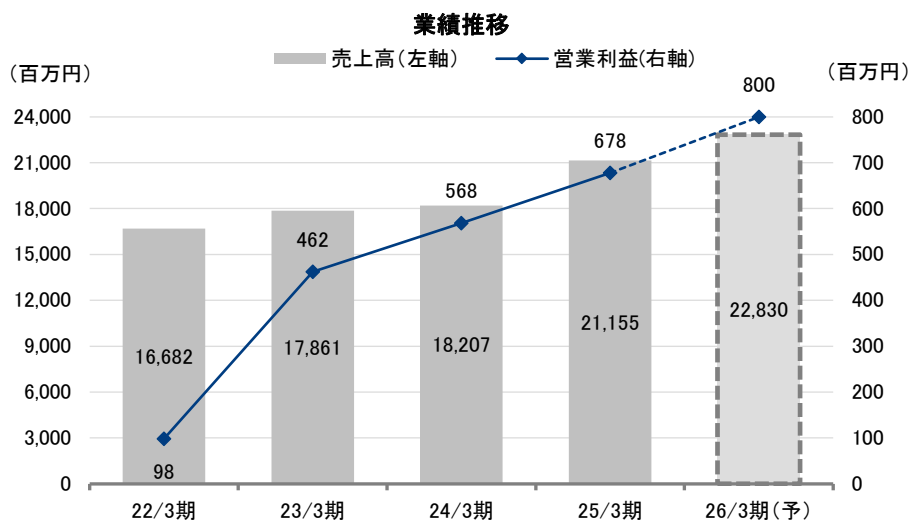
要約

4. ビジネス基盤と EC 関連サービスで、他に類を見ないソリューションカンパニーへ進化

同社は、「ロジスティクスとマーケティングの力で 世の中に必要とされるモノと情報を届け 豊かな未来に貢献する」というパーパスを定めた。その背景には、ダイレクトメール事業とインターネット事業によるビジネス基盤を構築し、その上で EC 関連サービスが着実なスタートを切ったことで、収益バランスが急速に良化し、成長企業としての骨格が構築されてきたことがある。このため同社は、リアル×ネットという自らのインフラを最大限生かして、全社的な成長戦略を展開していく考えである。つまり、ビジネス基盤の既存 2 事業で収益を確保しつつ、EC 関連サービスなど新規事業を育成してさらに収益力を強化することで、成長を加速できる事業ポートフォリオを構築、他に類を見ないソリューションカンパニーへと進化していく考えである。

Key Points

- ・ダイレクトメール事業とインターネット事業をビジネス基盤に、新規事業として EC 関連サービスを展開
- ・価格競争力や SEO ノウハウといった強みを持つビジネス基盤上の EC 関連サービスも強み
- ・2026 年 3 月期も過去最高業績を予想、他に類を見ないソリューションカンパニーに進化へ



出所：決算短信よりフィスコ作成

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

会社概要

ビジネス基盤はダイレクトメール事業とインターネット事業

1. 会社概要

同社はダイレクトメールやインターネット広告を通じて、広告主である顧客企業や EC 事業者とエンドユーザー（消費者・企業）をつなぐ事業を行っている。ダイレクトメール事業では、DM の企画からデザイン、印刷、封入・封緘、配送といった作業をワンストップで提供する DM 発送代行サービス及び EC 事業者のための宅配便の発送代行などを行うフルフィルメント※¹ サービスを展開している。インターネット事業では、強みの SEO※² ノウハウを背景に、Web コンサルティングサービスやコンテンツマーケティング※³、Web サイト制作、運用型広告※⁴ といったデジタルマーケティングサービス及び情報サイトなどを運営するパーティカルメディア※⁵ サービスを展開している。リアルダイレクトメール事業とバーチャルのインターネット事業というビジネス基盤を生かして、輸入衣料雑貨の卸売企業を M&A し、アパレル事業をスタートしたほか EC 事業者への支援を開始するなど、EC 関連サービスへと事業領域を拡大、他に類を見ないソリューションカンパニーへの進化を遂げつつある。

※¹ フルフィルメント (Fulfillment)：通信販売や EC など無店舗販売において、受注から梱包、在庫管理、発送、受け渡し、代金回収までの一連の業務を指す。

※² SEO (Search Engine Optimization)：検索エンジン最適化のことで、検索エンジンの表示順位基準（アルゴリズム）の解析結果に基づいて、検索エンジンが高い評価をするサイトに最適化すること。

※³ コンテンツマーケティング：既存客や見込み客に対し有益な情報を様々なコンテンツを使って提供することで、広告主の意図する成果に結び付く行動を促すマーケティング施策のこと。

※⁴ 運用型広告：ネットユーザーが広告主の意図するアクションを起こすよう、リアルタイムに入札額や広告素材、ターゲットなどを変更・改善しながら続けていく広告のこと。

※⁵ パーティカルメディア：利用者に有益な情報やサービスを提供する目的で運営する、特定分野に特化した Web サイトのこと。

DM 発送代行、SEO コンサルから EC 関連サービスへと領域拡大

2. 沿革

同社は、現 代表取締役社長の花矢卓司（はなやたくじ）氏と現 取締役副社長の福村寛敏（ふくむらひろとし）氏によって、2004 年にダイレクトメールの発送代行業を目的に設立された。比較的新しい会社だが、インターネット事業の立ち上げやメールセンターの開設、SEO コンサルティングサービスの提供など、次々と新しいサービスを取り入れ、業容を拡大してきた。2017 年には東京証券取引所 JASDAQ（現 東証スタンダード）に株式を上場して経営基盤を強化、足元ではダイレクトメール事業とインターネット事業、リアル×ネット双方の強みを生かして、自社 EC や EC 事業者の支援など EC 関連サービスへと事業領域を広げている。

ディーエムソリューションズ

6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)

<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	内容
2004年 9月	ダイレクトメールの発送代行事業を目的として、東京都武蔵野市中町において会社設立（資本金 1,000 万円）
2005年12月	物流拠点として東京都三鷹市井口に三鷹メールセンター新設
2006年 3月	インターネット広告事業を主目的として、インターネット事業部開設
2006年12月	発送代行業務の拡大に伴い、東京都三鷹市深大寺に三鷹メールセンター移転
2007年 2月	プライバシーマークを取得（A10861207）
2010年 3月	東京都武蔵野市内にて本社を移転 発送代行業務の拡大に伴い、東京都八王子市田町に八王子メールセンター（現 八王子第 1 メールセンター）新設
2011年 7月	東京都武蔵野市御殿山に本社を移転
2012年 1月	大阪府大阪市福島区海老江に大阪営業所新設
2012年 2月	SEO コンサルティングサービスの提供を開始
2013年10月	東京都八王子市北野町に北野ロジスティクスセンター（現 八王子第 2 メールセンター）新設
2014年 1月	ウォーターサーバー情報ポータルサイト「ウォーターサーバー比較@ランキング」の提供を開始
2014年 2月	育毛剤情報ポータルサイト「育毛剤比較@ランキング」の提供を開始 大阪府大阪市東淀川区西淡路に大阪メールセンター新設
2014年 3月	コンテンツマーケティングサービスの提供を開始
2014年10月	インターネット事業部メディアマーケティング部開設
2015年 1月	愛知県名古屋市中区に名古屋営業所新設
2015年 6月	発送代行業務の拡大に伴い、東京都三鷹市井口に三鷹メールセンター移転
2015年 7月	東京都八王子市石川町に石川ロジスティクスセンター（現 八王子第 3 ロジスティクスセンター）新設
2015年 9月	子育て情報ポータルサイト「たま Goo!」の提供を開始
2015年11月	大阪府大阪市北区曽根崎新地に大阪営業所移転
2016年 3月	（株）クリエイティブバンクよりマヌカハニーの販売事業を譲り受ける
2016年 4月	神奈川県横浜市西区に横浜営業所新設
2016年12月	愛知県名古屋市中区区内にて名古屋営業所を移転
2017年 1月	福岡県福岡市博多区に福岡営業所新設
2017年 6月	東京証券取引所 JASDAQ（スタンダード）に株式を上場
2017年 7月	東京都日野市に新たな大型物流施設フルフィルメントセンターを開設 （株）うるとのマーケティング支援における業務提携 WiMAX の利用検討者向け「WiMAX プロバイダー比較サイト」オープン
2017年11月	日本トータルテレマーケティング（株）とのダイレクトメール事業における業務提携 （株）ソフィアプロモーションとのフルフィルメント業務に関する業務提携
2017年12月	葉酸サプリの利用検討者向け「葉酸サプリ徹底比較サイト」オープン 事業拡大の戦略拠点となるサテライトオフィスを新宿エルタワーに開設 「たま Goo!」から（株）小学館のニュースサイト「NEWS ポストセブン」へ記事提供を開始
2018年 2月	完全成果報酬型広告配信プラットフォーム「D-AP.net」のサービス提供を開始 着物買取のロコミ比較サイト「着物買取の教科書」オープン
2018年 5月	マネーポスト WEB（小学館）と共同での不動産売却サービス比較サイトを開設 成果報酬型のインフルエンサーマーケティングサービス「buzzil」サービス提供を開始
2018年12月	自動車情報メディア「MOBY」の事業譲受 好調な地方展開をさらに加速すべく宮城県仙台市に仙台営業所を開設 食材宅配サービス比較サイト「食材宅配くらぶ」オープン
2019年 3月	「e- 脱毛エステ .com」等有力パーティカルメディアを有するセンターリーズ（株）を子会社化
2019年10月	「アナログ広告」と「デジタル広告」の融合に向け（株）イオレと業務提携
2020年 6月	DM 印刷・発送代行のオンライン発注サイト『セルマケ』オープン
2020年 7月	ファッションレンタル比較サイト『CRABEL（クラベル）ファッションレンタル』オープン
2020年 8月	フルフィルメントサービス専用の物流施設を新たに 2 拠点オープン
2020年 9月	マーケティングソリューションの拡大と相互支援に向け、（株）アクセスプログレスとの協業を開始 EC サイト立ち上げから商品の発送までをゼロから完全サポート『EC スターターバック 100』リリース

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

会社概要

年月	内容
2020年10月	新たなコミュニケーションソリューションの構築に向け AI CROSS(株)と業務提携
2020年11月	ドッグフードの比較サイト『CRABEL(クラベル)ドッグフード』オープン
2021年 1月	クラウド型発送代行注文システム「DMWEB」リリース
2021年 2月	拡大する化粧品 D2C 市場においてビューティーブランド『DESTINO - ディスティノ -』をリリース 映画情報サイト『PLOTWIST(プロットウィスト)』オープン
2021年 3月	(株)ベクトル、(株)Direct Tech と合併会社 Performance Technologies(株)を設立
2021年 4月	(株)ピアトランスポートの株式の取得(子会社化)
2021年 5月	伸び続ける越境 EC の通販ニーズに応える『越境 EC 物流アウトソーシングサービス』をリリース
2021年10月	物流アウトソーシングの受注増加に対応、主力の日野フルフィルメントセンターを大幅増床
2021年11月	中部・西日本エリアにおける受注量の増加に対応、名古屋メールセンターを開設
2021年12月	医療脱毛クリニックの比較サイト『CRABEL(クラベル)脱毛』をオープン パーソナルジムの比較サイト『CRABEL(クラベル)パーソナルジム』をオープン
2022年 8月	女性活躍推進法に基づく優良企業認定「えるぼし」 最高位の3つ星を取得
2022年11月	車を使ってレジャーを楽しむ人に寄りそうカーケアブランド『RHET.』を立ち上げ
2023年 5月	西日本エリアにおける発送代行サービスの受注増加に対応するため、大阪メールセンターを大幅増床
2023年 7月	ChatGPT 連携の Web 集客支援ツール『intimateSEO』をリリース
2023年 8月	「アイミツアワード 2023 上期」の DM 発送部門を受賞
2024年 1月	「ウルロジ」がアタラシイものや体験の応援購入サービス「Makuake(マクアケ)」と業務提携
2024年 6月	東京都国立市にフルフィルメント専用の大型物流施設「国立フルフィルメントセンター」を開設

出所：有価証券報告書、ニュースリリースよりフィスコ作成

事業概要

3 事業を展開、5 つのサービスを提供

1. 事業内容

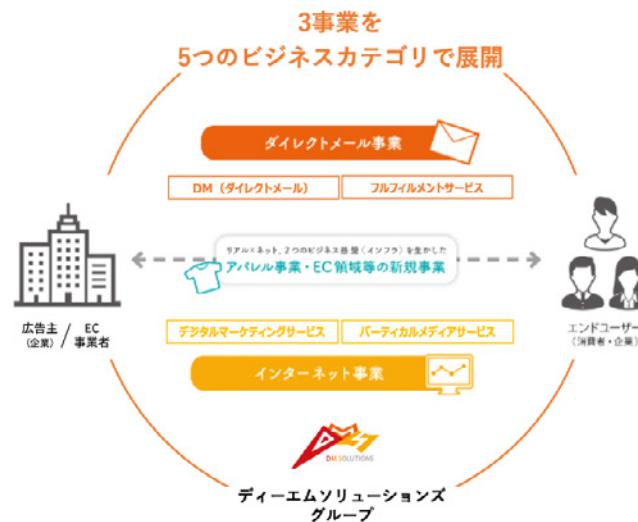
同社の事業はダイレクトメール事業、インターネット事業、アパレル事業の3つのセグメントに分けられ、ダイレクトメール事業では、DM やゆうメールなどの発送代行を行う DM 発送代行サービスと、宅配便の一括大量発送や EC 事業者向けに宅配便などの商品発送業務の代行を行うフルフィルメントサービスを提供している。インターネット事業では、SEO のノウハウをベースに、コンサルティングや Web サイト制作、運用型広告といったデジタルマーケティングサービスと、自社の情報サイトなどから顧客に送客するパーティカルメディアサービスを手掛けている。また、アパレル事業では、子会社の(株)ピアトランスポートが海外の有名アパレルやスポーツブランドのベーシックウェアを EC サイトで販売しているが、今後は、ネット×リアル of 2 つのインフラを持つビジネス基盤を生かし、自社 EC や EC 支援など EC 関連サービスを強化・拡大していく方針である。2025 年 3 月期の売上構成比はダイレクトメール事業 88.0%、インターネット事業 5.5%、アパレル事業 6.5% となっている。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

事業概要

事業の概観



出所：同社ホームページより掲載

DM 発送代行とフルフィルメントを展開

2. ダイレクトメール事業

(1) DM 発送代行サービス

DM 発送代行サービスでは、本社を含む全国 6 つの営業拠点と 5 ヶ所のメールセンターにおいて、DM やゆうメールの発送代行をしている。発送物の企画からデザイン、印刷、封入・封緘、配送業者への引き渡しまで、どのような段階からでもどのような組み合わせでも、顧客の望む最適なソリューションをワンストップで提供できる。また、自社内にクリエイティブ室やメールセンター、ロジスティクスセンターを有しているため、従来、広告代理店、デザイン会社、印刷会社、封入・封緘作業会社、配送業者など様々な会社に別々に発注しなければならなかった作業を、同社内で一括管理している。しかも、常に機械化や自動化を進めており、工程間のやりとりによるタイムロスや中間マージンの排除、さらにはスケールメリットによる発送料金の抑制など、顧客にとって非常にメリットの大きいサービスとなっている。こうしたメリットを求めて大手上場企業や有名大学をはじめ多くの顧客が利用しているため、同社の取引社数や取引案件数は毎年着実に伸びている。

ディーエムソリューションズ

6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)

<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

事業概要

ダイレクトメールは古い広告手法と思われがちだが、実在性や保存性、一覧性の点で TVCM やインターネット広告を上回る強みがあると言われている。特に成長著しい EC 業界において、サイトでのコミュニケーションに紙のカタログを組み合わせる動きはすでに一般化している。また、エンドユーザーへの訴求効果に関しては、開封率の高さなどインターネット広告にない効果が顧客から評価されており、同社においてもゆうメールなどの商業 DM や非商業定期発送物などの取り扱い増加につながっている。同社は、Web を通じて小ロットの顧客を獲得し既存客をリピートするための、固定費負担の小さい「セルマーケ」と「DM WEB」というサイトを展開している。「セルマーケ」は安価な価格設定で「印刷＋発送代行」を提供、「DM WEB」は「セルマーケ」で応じられないサイズや仕様にも対応、顧客の要望に沿った注文が可能となっているため好評のようだ。

(2) フルフィルメントサービス

EC 市場が拡大を続けており、宅配便など小型貨物の流通増加が止まらない。このため同社は、DM 発送代行サービスのノウハウを生かし、西東京エリアに 4 ヶ所のフルフィルメントセンターを展開、EC 事業者向けに、EC サイトの構築、Web 集客支援から商品の受発注、決済在庫管理、梱包作業、発送、カスタマーサービスなど EC 物流業務のすべてをワンストップで代行するフルフィルメントサービスを提供している。こうしたフルフィルメントのブランドサイトとして、EC 事業特化型物流代行サービス「ウルロジ」も運営している。「ウルロジ」の特徴は、オンラインで完結する作業、各サイズ一律の低価格設定、顧客満足につながる配送品質の 3 点である。また、WMS (Warehouse Management System : 倉庫管理システム) により、顧客はオンラインで出荷指示や在庫確認ができるため、業務負荷の軽減や EC 運営の機動力確保につながっている。Amazon や楽天など利用中の EC モールやカートとのシステム連携も可能である。

また、DM 発送代行サービスのノウハウを生かしているため、梱包材・作業・配送費込みで各サイズ全国一律低価格の設定となっており、顧客は物流費を削減することができる。このほか例えば、国内最大級の購入型クラウドファンディングのプラットフォーム「Makuake」と業務提携し、自力での配送が難しい個人や小規模チームのため、リターン※提供までの在庫～ハンドリング～配送といった作業を一括支援している。さらに、顧客満足の向上を目的に、立体型自動ロボットなどの導入によって作業の効率化・高速化といった機能及び生産性の向上を継続的に推進するとともに、越境 EC や受注代行、カスタマーサポートなどサービスの拡充も図っている。

※ リターン：クラウドファンディングに対して消費者が得られる商品やサービスなどの返礼。

最大 8 点の封入が可能な定形外自動封入封緘機



出所：同社ホームページより掲載

国立フルフィルメントセンター



デジタルマーケティングとバーティカルメディアを展開

3. インターネット事業

(1) デジタルマーケティングサービス

デジタルマーケティングサービスは、1,000 社以上のコンサルティングで培ってきた同社の SEO のノウハウをベースに、顧客サイトへの集客を促進するサービスである。SEO に関しては、年に複数回あるグーグルの検索アルゴリズムの変更に合わせて、アルゴリズムを熟知した社内のスタッフが、競合分析やアクセス解析といったデジタルデータに基づき、検索上位に入るキーワードなどを研究している。検索サイトの上位に入れば、サイトへの訪問数が増えて広告効果が高まるからである。同社は特にニッチなワードを得意としており、ノウハウも蓄積されている。デジタルマーケティングサービスでは、こうした SEO ノウハウを起点に、見つけやすく読まれやすいコンテンツや、非常に難しいといわれるデザインと SEO を両立した Web サイトの制作、Web サイトに最適な広告の運用を顧客に提案している。

(2) バーティカルメディアサービス

バーティカルメディアサービスは、デジタルマーケティングサービスのノウハウから派生したサービスで、エンドユーザーが知りたいと思うような商品・サービスを、ランキング形式などで紹介する、自社及び提携による情報サイト（メディア）を運営している。同社のバーティカルメディアサービスは、SEO や広告により集客を増やし、顧客サイトに送客することで広告収入や商品販売時のインセンティブを得るアフィリエイトビジネスである。最適なウォーターサーバーを選択できる「ウォーターサーバー比較」や医療脱毛や結婚相談所、AGA クリニックなどランキングのポータルサイト「Collect.」など自社メディアが人気となる一方、近年、提携メディアは収益化に苦戦しているようだ。

ビジネス基盤を生かし、シナジーを発揮する

4. アパレル事業

アパレル事業では、子会社のピアトランスポートが輸入雑貨卸業を展開、無地の T シャツや雑貨、安定した需要のある有名アパレルやスポーツブランドのベーシックなアメリカンカジュアルなどを EC で卸売している。実店舗は持たず、国内卸からの注文に従って小ロット多品種の商品を、短納期を強みに航空便でいち早く輸入し、専門の EC サイト「anytees.com」を通じて国内事業者へ販売している。しかし、こうした商売は効率が悪いため、販売体制や経営体制を変革して事業全体の効率化を進めている。なお、アパレル事業とは銘打っているものの、同社は広く EC 関連事業として捉えており、同社のダイレクトメール事業とインターネット事業というビジネス基盤を生かして業況拡大を進める。一方、ピアトランスポートの EC 運営や海外商品の取り扱いノウハウ、海外業者とのコネクションなどを自社 EC や EC 支援などに活用することができ、相互のシナジーは大きいと言える。

ディーエムソリューションズ

6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)

<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

事業概要

同社は、ピアトランスポート以前から長く、マヌカハニーの直営の専門 EC サイト「BeeMe」を運営している。当初はメディア運営のノウハウを蓄積する目的が大きかったようだが、ノウハウが蓄積された現在、EC サイトとしての存在感の方が大きくなってきたようだ。抗菌力があるマヌカハニーは、ニュージーランドに自生するマヌカの木から採れる希少な蜜で、国内で人気がある一方、まがい物も多く、同社は全商品にマヌカハニーの抗菌成分濃度を表記した分析書を付けて品質を保証している。また、「BeeMe」のほか、入浴剤タブレットなどを販売する「pureLi」や DtoC※カーケアブランドの「RHET.」といった直営 EC サイトも運営している。

※ DtoC：企業が企画・製造した商品を直接消費者に販売するビジネス。

アパレル事業の背景



リアル×ネットのビジネス基盤を背景に強みのある新規事業を創出

5. 強みと新領域

(1) ダイレクトメール事業の強み

ダイレクトメールの市場規模は 3,000 億円程度あるが、微減傾向にあると言われている。また、依然として小規模な印刷業者が印刷のついでに郵便の発送を代行していることが多く、大手の同社でさえシェアが数パーセント程度しかないため、近年になってようやく集約化が進み始めたニッチな業界と言える。年賀状や請求書がインターネットの普及などにより減少傾向にあるため、ダイレクトメールも微減傾向にあるが、同社が扱っている商用のダイレクトメールは巷間言われるほどに縮小していないようだ。また、開封率の高さから高単価商材や好景気業種に利用されることが多い。ダイレクトメール市場は魅力的に見えないが、その市場で確保している同社のポジションは強みと言え、同社のダイレクトメール事業が市場のトレンドに反して毎年増収で推移している要因でもある。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

事業概要

そのような業界において、100 人の営業スタッフを抱え全国規模で展開している営業力は強みで、発送代行の同業大手でさえ同社ほどに営業スタッフを抱えている企業はない模様である。このため同社は、5,200 社近い様々な業種の企業と取引し、数多くの多彩な案件を取り扱っており、結果的に景気に左右されにくい体質を構築した。また、ダイレクトメールの発送で全国屈指のスケールがあるため、ゆうメールなどの発送費において特に強い価格競争力を発揮している。カスタマイズの必要性が多い中小規模の案件をメインターゲットとしているが、こうしたニーズに対して自社デザイナーや商品企画部門による企画やデザインから発送まで、どのプロセスでもワンストップでサービスを提供できることも強みとなっている。フルフィルメントサービスは、成長が続く EC 市場のなかで、こうした DM 発送のノウハウを生かしたソリューションや保管～受注～発送まで一貫した管理、受託能力の高いフルフィルメントセンターの運営といった強みを有している。さらに、上場企業の余裕ある資金力を背景に積極的に投資を行えることも強みである。同社のように物流インフラとフルフィルメントサービスを併せ持ち、EC 事業者を支援している企業はほかに見当たらない。

(2) インターネット事業の強み

インターネット事業の強みは SEO のノウハウにある。また、SEO ノウハウをベースにメディアとデジタルマーケティングの 2 つを運営している点や、自社内で完結するパーティカルメディア運営、的確なメディア選定によるマーケティング戦略、運用型広告や Web サイト制作の実績も強みとなる。ところで、インターネット事業の課題は、インターネット広告市場の成長は続いているものの進化のスピードが速いうえレッドオーシャン化していること、グーグルにより定期的に行われるアルゴリズム変更への対応が難化していることにある。レッドオーシャン化に対しては、日進月歩で開発される新しい技術を不断に導入することで、同社は優位性を保ち続けることができる。アルゴリズムの変更に対しては、社内スタッフによる対応を継続しアルゴリズムを一層熟知することで、的確な対策や柔軟な対応といったノウハウの形成・蓄積につなげている。

(3) EC 関連サービスの強み

このようにダイレクトメール事業とインターネット事業それぞれに強みがあり、そうした多様な強みを重ね合わせたビジネス基盤を背景に展開している自社 EC や EC 支援など EC 関連サービスという新領域も、バックグラウンドの点から強みといえることができる。このうち、ビジネス基盤を直接生かせる自社 EC に関しては、「BeeMe」で直営 EC をすでに実験的にスタートしていたが、ピアトランスポートの子会社化によって拡大に踏み出した。一方、EC 支援でも、ビジネス基盤を総合的に活用できる点で、EC ソリューションとして唯一無二の強みとなっている。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

業績動向

成長投資をこなしながらも、過去最高業績を達成

1. 2025 年 3 月期の業績動向

2025 年 3 月期の業績は、売上高が 21,155 百万円（前期比 16.2% 増）、営業利益が 678 百万円（同 19.4% 増）、経常利益が 685 百万円（同 19.2% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益が 496 百万円（同 23.3% 増）と好調で、過去最高の業績となった。期初予想との比較でも、売上高で 1,955 百万円、営業利益で 33 百万円、経常利益で 39 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で 73 百万円の超過達成となった。

2025 年 3 月期の業績概要

（単位：百万円）

	24/3 期		25/3 期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比
売上高	18,207	100.0%	21,155	100.0%	16.2%
売上総利益	3,178	17.5%	3,329	15.7%	4.7%
販管費	2,610	14.3%	2,650	12.5%	1.5%
営業利益	568	3.1%	678	3.2%	19.4%
経常利益	575	3.2%	685	3.2%	19.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	402	2.2%	496	2.3%	23.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本経済は、堅調な雇用情勢や所得環境の改善、インバウンド需要により緩やかな回復基調にあった一方で、依然として続くウクライナや中東の情勢不安や世界的な原材料及びエネルギー価格の高騰や物価上昇により、先行きの不透明な状況で推移した。こうした環境下、同社は、ダイレクトマーケティングを実施する企業に対して、マーケティングの各局面において最適なソリューションを提供するべく努めた。また、積極的に人材採用を行い、営業力と提供サービスの強化に取り組んだ。さらに、自社物件の国立フルフィルメントセンター稼働、スピードアップや自動化の推進、さらなる事業成長に向けた成長投資、越境 EC への本格参入に向けた米国子会社の設立など積極経営を進めた。

この結果、ダイレクトメール事業がけん引する格好で売上高が 2 ケタ伸び、人材投資や国立フルフィルメントセンターの稼働などのコストを吸収して営業利益も 2 ケタの増加となった。ダイレクトメール事業において、2024 年 10 月に郵便料金の値上げがあったが、同社の DM 発送代行サービスで営業力と価格競争力を強みに新規顧客、既存顧客ともに受注が想定以上で推移したことや、フルフィルメントサービスでも新規顧客の開拓が伸長したことに加えて既存大口顧客の出荷業務が想定以上に増加したことで、売上高は期初予想を上回った。営業利益についても、こうした増収効果に加え、利益率の高いフルフィルメントサービスの割合の増加、DX による営業効率の改善、その他各種コストの見直しが想定以上に進んだことで、期初予想を上回った。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、さらに大幅に期初予想を上回ったが、これは賃上げ促進税制の適用条件を満たしたことで税負担が軽減されたことが要因である。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

業績動向

ダイレクトメール事業が全体業績をけん引

2. セグメント業績の状況

セグメント別の業績は、ダイレクトメール事業が売上高 18,610 百万円（前期比 17.0% 増）、調整前セグメント利益 1,053 百万円（同 19.3% 増）、インターネット事業が売上高 1,174 百万円（同 10.8% 減）、調整前セグメント利益 226 百万円（同 15.6% 減）、アパレル事業が売上高 1,371 百万円（同 38.9% 増）、調整前セグメント利益 52 百万円（同 2.2% 減）と、セグメントによって結果がまちまちではあったが、ダイレクトメール事業が全体業績をけん引した。

2025 年 3 月期セグメント別業績

（単位：百万円）

売上高	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
DM 事業	15,904	87.3%	18,610	88.0%	17.0%
インターネット事業	1,316	7.2%	1,174	5.5%	-10.8%
アパレル事業	986	5.4%	1,371	6.5%	38.9%

調整前セグメント利益	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	利益率	実績	利益率	
DM 事業	882	5.5%	1,053	5.7%	19.3%
インターネット事業	268	20.4%	226	19.3%	-15.6%
アパレル事業	53	5.4%	52	3.8%	-2.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ダイレクトメール事業

ダイレクトメール事業では、企画制作からデザイン、印刷、封入・封緘作業を一括して手がけるワンストップサービスの提供や、営業力、価格競争力など強みを生かした提案型営業を積極的に展開した。発送代行サービスでは、「セルマーケ」などの WEB サイト経由の受注を強化することで、販路の拡大、小ロット既存客のリピート、従業員の対面業務削減による業務の効率化と生産性の向上を図った。また、大型の機械を 3 台（定形外自動封入封緘機 1 台及びラッピングシステム 2 台で計 4 億円規模の設備投資）導入、これにより月間約 200 万通へと生産能力が増加したことで、従来、受注のキャパシティ面を課題としていた国や自治体、大手企業が依頼主となる大型案件に対する受注基盤を整備できた。これら DM 作業の機械化・自動化によって作業原価の低減や収益性の改善も見込んでいる。

ディーエムソリューションズ

6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)

<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

業績動向

フルフィルメントサービスでは、EC 市場の拡大に伴い需要が増加している宅配便などの小口貨物に関して、新たに国立フルフィルメントセンターを稼働させるなど、サービス提供体制を強化した。国立フルフィルメントセンターは 2024 年 6 月に稼働して以降、1 年も経たずに 8 割程度の稼働率となるなど順調なスタートとなったが、なかには他社からシフトしてきた大口既存客もあったようだ。処理能力は宅配便系で 280 万個から 400 万個に拡大したが、このペースでいくと 1 ～ 2 年で埋まることが見込まれるため、すでに新たな拠点展開の検討に入った模様である。また、需要増加や家賃負担を考慮すると、自社の大型センターを新たに建設して手狭となった各地のセンターを集約することも経営課題として認識しているようだ。一方、営業力に加えてインターネット事業のスキルを生かしたことで、EC 事業者向け物流代行サービス「ウルロジ」の簡便で安価なサービスに対する認知度が上昇、顧客ニーズにフィットしたこともあって新規顧客の獲得や大口顧客の出荷関連業務が順調に増加した。

この結果、新規顧客の開拓と既存顧客からの受注が堅調に推移し、両サービスともに売上高を大きく伸ばした。利益面では、国立フルフィルメントセンターの開設コストを DM 発送代行サービスでカバーした。なお、2024 年 1 月末のクロネコ DM 便廃止に伴い、価格面で優位性のある同社の特約ゆうメールへの切り替え需要が発生し、業績拡大につながっている。ヤマト運輸（株）が日本郵便（株）へ「クロネコゆうパケット」配達委託中断を申し入れている件については、同社はヤマト運輸とも関係が深いので大きな問題にはならないようだ。また、2024 年 10 月にはがきと定形郵便物の手紙のうち重さ 25 グラム以下の郵便料金が値上げとなり、レターパックや速達料金も値上げされる可能性が出てきた件に関しては、郵便の長期減少傾向が加速する一方で法人需要はあまり減らず、むしろダイレクトメール事業での実績と独自の強みを有する同社への切り替えが進んでいるようだ。

(2) インターネット事業

インターネット事業では、既存サービスに注力するとともに、EC 支援サービスの拡大に向けた取り組み、ダイレクトメール事業との連携強化、SNS 運用代行や縦長動画の制作といった新領域への進出などを進めた。デジタルマーケティングでは、コンサルティング型デジタルマーケティングサービスの提供を強化するとともに、インターネット広告自体がレッドオーシャン化していることから、SNS 広告や EC 支援サービスなど新領域に挑戦する基盤づくりを進めた。パーティカルメディアサービスでは、これまで培った Web サイトのコンテンツ制作ノウハウを生かし、ライフスタイルジャンル全般を扱う商品・サービスの比較情報サイト「collect.」をはじめ、事業環境変化に柔軟に対応した収益性の高い自社メディア戦略を実行した。しかし、SEO 施策や提携メディアの収益環境の変化や、EC 関連サービスなどへのリソース配置もあって、インターネット事業の売上高、利益はともに減少した。

(3) アパレル事業

アパレル事業では、収益向上に向けて、ピアトランスポートの販売体制や経営体制の整備・充実により営業の強化を進めた。また、ピアトランスポートのサイトを通じた通常の販促を進める一方で、販売価格の見直しや日本向けにアレンジした別注商品の企画販売、卸業者に見やすいショールームへの刷新といった施策も実施した。価格見直しによって販売価格は上昇したが、アメカジ無地 T シャツで米国製にこだわる人が一定数いるため販売数は落ちておらず、一定程度の粗利額は確保できた模様である。この結果、大幅増収となったが、為替やインフレなどの影響は価格見直しを超え、利益面では横ばい圏にとどまった。なお、小売や卸など物売りによる EC 販売のノウハウは着実に蓄積できた。

ダイレクトメール事業がけん引、過去最高業績の更新を予想

3. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の業績見通しについて、同社は売上高 22,830 百万円（前期比 7.9% 増）、営業利益 800 百万円（同 17.8% 増）、経常利益 798 百万円（同 16.5% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 515 百万円（同 4.0% 増）を見込んでいる。重点施策として、EC 事業者への支援サービスの強化と、事業ポートフォリオを生かした企業価値の増大を図る。

2026 年 3 月期業績の見通し

（単位：百万円）

	25/3 期		26/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	21,155	100.0%	22,830	100.0%	7.9%
営業利益	678	3.2%	800	3.5%	17.8%
経常利益	685	3.2%	798	3.5%	16.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	496	2.3%	515	2.3%	4.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

ウクライナや中東の情勢不安、世界的な原材料及びエネルギー価格の高騰、物価上昇の継続、米国の経済政策の動向などにより、今後の日本経済は引き続き不透明な状況で推移していくものと考えられている。このような環境下において、ダイレクトメール事業では、引き続き顧客の新規開拓に努めるとともにサービス拡充のための投資を積極的に行いつつ売上の拡大を図り、インターネット事業では、主力の自社メディアを充実させるとともに、新たなサービスの創出に注力する方針である。加えて、ダイレクトメール事業、インターネット事業双方において、EC 事業者への支援サービスの強化を行う考えである。アパレル事業では、ピアトランスポートで販売施策や業務の改善による収益性の向上を図る。この結果、ダイレクトメール事業が引き続き売上高、利益をけん引する見込みで、アパレル事業も収益貢献を期待する。

ダイレクトメール事業は、DM 発送代行サービスの業界内での優位性や強みを生かして一層のシェア拡大を図る。クロネコ DM 便の廃止やゆうメールへの一本化など事業環境が変化するなかで、同社のような強みを持つ発送代行会社を顧客が再選定する機会が訪れていると考えられることから、新規契約先の獲得に注力するとともに、大型案件を獲得するための営業強化を図る。大型案件を獲得するには大型機械の導入が必要だったが、今般の設備投資により、1 ロット数十万通という大型の仕事もこなせるようになった。このため、もちろん作業効率改善による利益率向上も期待できるが、競争力のある価格などを提案することで自治体案件など大口先を獲得する考えである。また、事業拡大を背景に、設備を有する同業などとの M&A も前向きに検討しているようだ。フルフィルメントサービスは、国立フルフィルメントセンターによる利益貢献が大きくなる見込みである。EC 市場の拡大によってフルフィルメントサービスの需要拡大も続いていることから、既に将来の能力増強に向けた設備投資拡大の検討段階に入ったと言える。既存案件の効率化によって生産性と収益性を向上し、次なる投資に耐えられる体質づくりを進める方針である。

ディーエムソリューションズ

6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)

<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

業績動向

インターネット事業は、自社メディアの強化以外の有効な策が見つかるまでは引き続き苦戦が予想されている。しかし、ユーザータッチポイントから内的システムまで、EC 支援を強化する際に必要となる多様なニーズに対してのインターネットスキルを蓄積してきていることを生かし、ダイレクトメール事業とのシナジーを創出する計画である。さらに、新領域の確保へ向けて、EC 支援や SNS 広告に人材をシフトしていく方針である。アパレル事業では、為替や関税問題を意識して、新たな販路や仕入先の確保、仕入方法の検討など、利益を重視した柔軟な事業運営を実行する計画である。これにより業績を拡大し、全体利益への貢献度をあげていく方針である。

インフラを生かし、事業ポートフォリオを拡大へ

4. 成長イメージ

近年、同社は収益バランスが急速に良化し、成長企業としての骨格が構築されてきたことで、ダイレクトメールとインターネットというリアル×ネットの 2 つの事業の強みを生かして、自社 EC や EC 支援など EC 関連サービスを全社横断的に積極的に展開していくことになった。そのため、新たに「ロジスティクスとマーケティングの力で 世の中に必要とされるモノと情報を届け 豊かな未来に貢献する」というパーパスを定め、「常に時代が求める「つなぐ」を提供し 価値と利益を創造する」というミッションのもと、「今から 100 年続く 自己成長できる会社になる」というビジョン、「自尊心と敬意 / 感謝と誠実 / 責任と情熱 / 進化と挑戦 / 好奇心と探求心 / チームワークとシナジー」というバリューをバージョンアップした。EC 関連サービスの拡大へ向けた従業員の意識統一を目的としたものであるが、足元の施策などを考え合わせれば、目標数値がないだけで、中期経営計画レベルの重要な方針とすることができる。

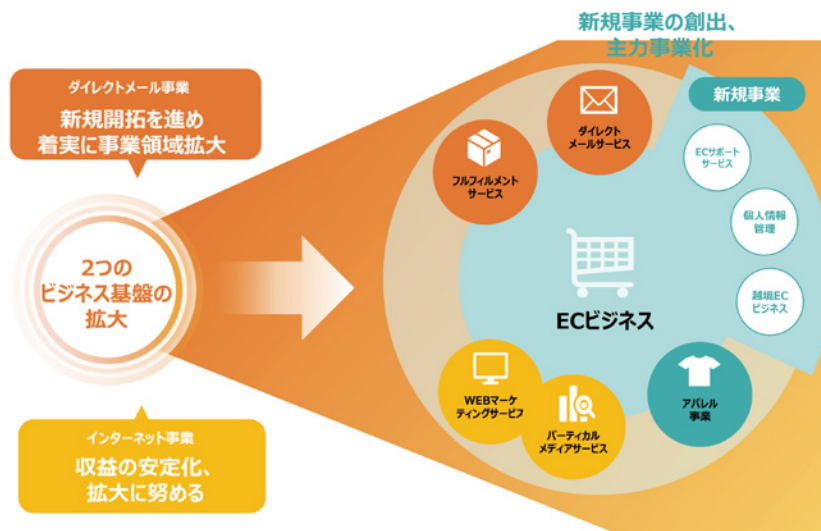
リアル×ネットという自らのインフラを最大限生かし、事業ポートフォリオを拡大するべく、全社的に成長戦略を展開する。具体的には、ビジネス基盤となる既存 2 事業で収益を確保しつつ、EC 関連サービスへの投資と育成を行って収益力を強化する計画である。これにより、成長を加速できる事業ポートフォリオを構築し、他に類を見ないソリューションカンパニーへと進化、企業価値を最大化していく考えである。また、さらなる成長を求めて、海外市場を見据えた越境 EC にも着手する。セグメント別では、ダイレクトメール事業において、安定成長のダイレクトメールサービスと高成長のフルフィルメントサービスで安定収益基盤を強化・拡充していく。インターネット事業では、競争力を高める一方、EC 関連サービスなどの事業を支援するキービジネスとしてシナジーの創出を追求する。アパレル事業では、収益化と事業拡大を図るほか、EC や EC 周辺領域で柱となる新規事業を創出する方針である。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

業績動向

ビジネス基盤の拡大と新規事業の創出



出所：決算説明資料より掲載

株主還元策

初配当後 2 期連続増配の予定

1. 配当方針

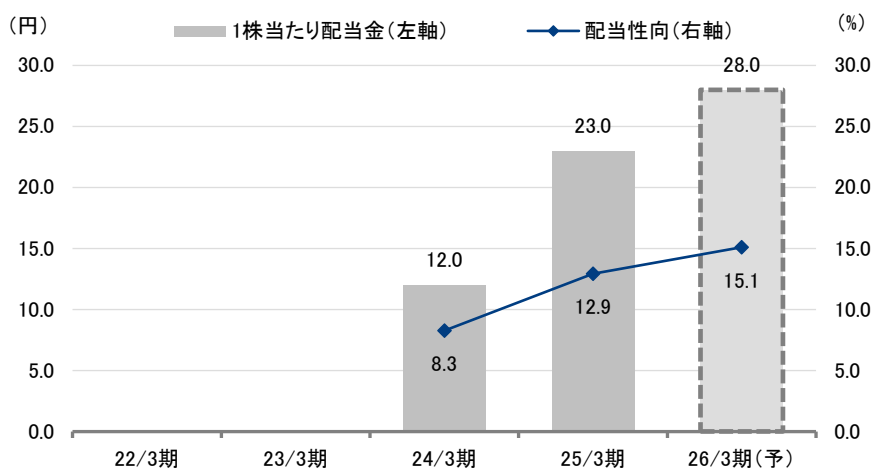
同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題であると認識している。また、同社は未だ成長過程にあることから、内部留保資金を充実させ経営基盤の安定を図るとともに、事業拡大のための成長投資によって、より一層の企業価値向上を図ることを最優先に、株主への安定的、継続的な利益還元のため剰余金の配当を実施することを基本方針としている。これにより、2025 年 3 月期の 1 株当たり配当金について、業績状況及び財務状況や経営環境等を総合的に勘案し、期初予想から 8.0 円増配して 23.0 円とした。また、2026 年 3 月期の 1 株当たり配当金は 28.0 円を予定、実行されれば初配当後 2 期連続増配ということになる。このほか株主への利益還元策として、自己株式の取得も随時行っている。

ディーエムソリューションズ
6549 東証スタンダード市場

2025 年 6 月 26 日 (木)
<https://www.dm-s.co.jp/ir/>

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

自社 EC で販売するマヌカハニーなどを贈呈

2. 株主優待

同社は、配当や自己株式の取得のほか、株主還元策として株主優待も実施している。株主優待は、毎年 2 回、3 月末日現在（期末基準日）及び 9 月末日現在（中間基準日）の株主名簿に記録された株主のうち、2 単位（200 株）以上の株式を保有し、かつ 1 年以上継続保有している株主を対象として、期末基準日において保有株式数 200 株以上 600 株未満の株主に「BeeMe」で取り扱っている 1 個 4,000 ～ 5,000 円相当（時価による変動あり）のマヌカハニー 1 瓶を、600 株以上の株主にはマヌカハニー 2 瓶を贈呈、中間基準日において保有株式数 200 株以上 600 株未満の株主にクオカード 3,000 円分を、600 株以上の株主にはクオカード 6,000 円分を贈呈している。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp