

株式会社ダイレクトマーケティングミックス

顧客の収益最大化を実現する営業ソリューションプロバイダー

会社概要

DmMiX

DmMiXグループとは

- 創業来持続的な売上拡大を続ける、**営業・マーケティングのプロフェッショナル集団**

代表取締役社長

小林 祐樹

＜略歴＞

1982年 埼玉県生まれ

2007年 カスタマーリレーション

テレマーケティング設立

2014年 同社代表取締役社長

2015年 当社（旧CRTMHD）

代表取締役社長（現任）



企業理念

いま「社会」から**必要な声**をきいていきたい

Vision

社会
私たちのセカイに
変えてはならないものがあるから

声
私たちのチカラで
変えなければならないものがある

ミッション

クライアントの課題

なかなか
トップラインが
上がらない

営業人材が
足りない

効率が悪い
パフォーマンスを
上げたい

DmMiX

クライアントの収益最大化を実現する
営業ソリューションプロバイダー

営業

マーケティング

結果

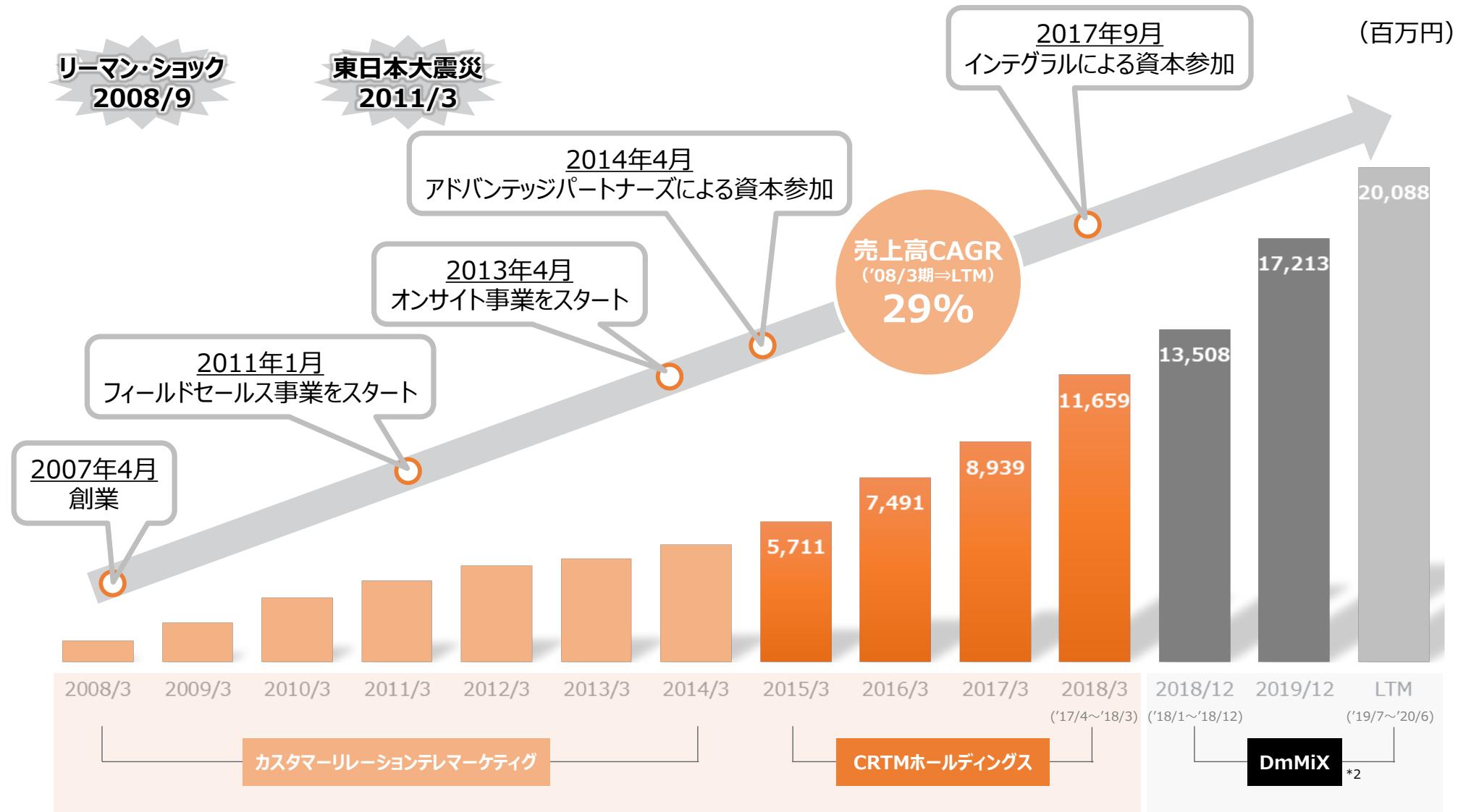
トップライン
向上

営業機能が
受けられる

自社人材よりも
成果が上がる

創業来の歩み

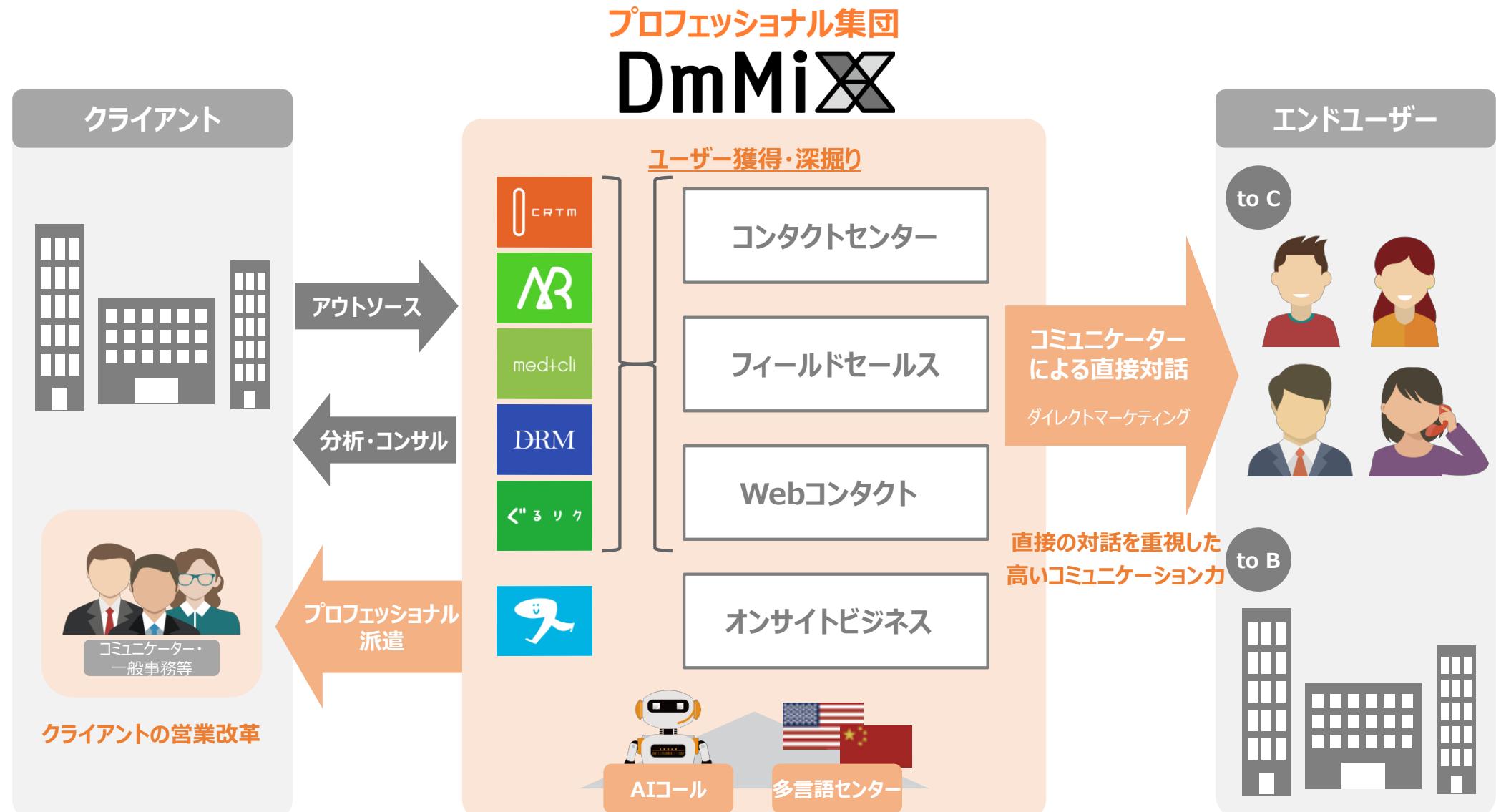
■ 2007年の創業以来持続的な売上成長を実現



*1 2018/12期よりIFRSへ移行。同時に3月から12月へ決算期を変更。J-GAAPの2018/3期とIFRSの2018/12期では、2018年1月から3月まで重複
*2 2018/4に商号変更

攻めの営業・マーケティングプロフェッショナルサービスを展開

- “ダイレクトマーケティング” × “プロフェッショナル集団”による営業支援



企業の営業プロセスをワンストップで提供

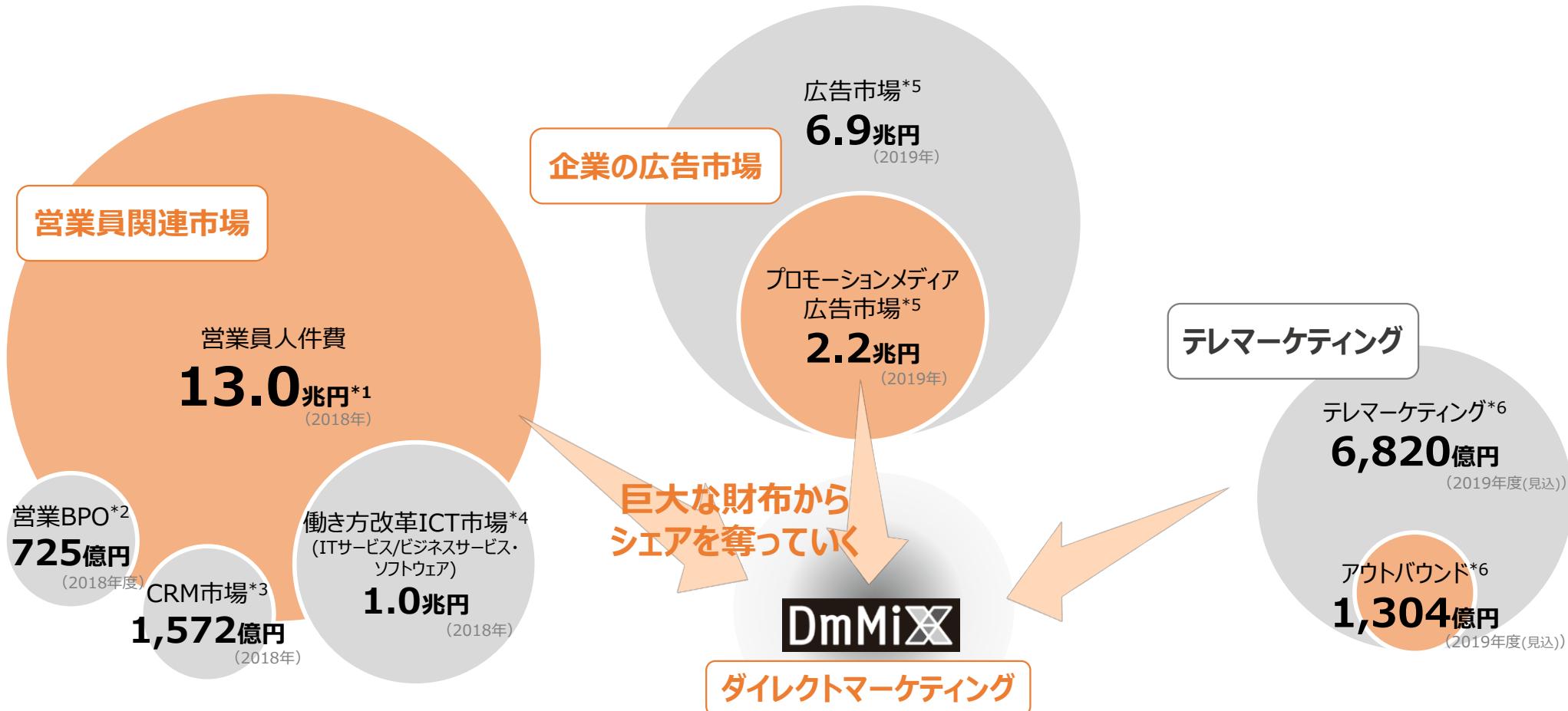
- 営業活動において**重要かつ不可欠な機能を代替・強化**



DmMiXの巨大なターゲット市場

- テレマーケティングにとどまらないダイレクトマーケティングによる巨大な開拓可能領域

ターゲットとなるクライアントの広告宣伝費や販売管理費（営業員人件費）



*1 営業職従事者数×日本の平均給与所得により算出。

総務省「労働力調査」より、週35時間以上労働を行う営業職従事者数は296万人。国税庁「民間給与実態統計調査」より、平均給与所得は441万円

*2 矢野経済研究所「2019-2020 BPO市場の実態と展望」

*3 IDCジャパン「国内CRM アプリケーション市場予測 (2019年7月17日付)」

*4 IDCジャパン「国内働き方改革ICT 市場予測 (2019年8月14日付)」

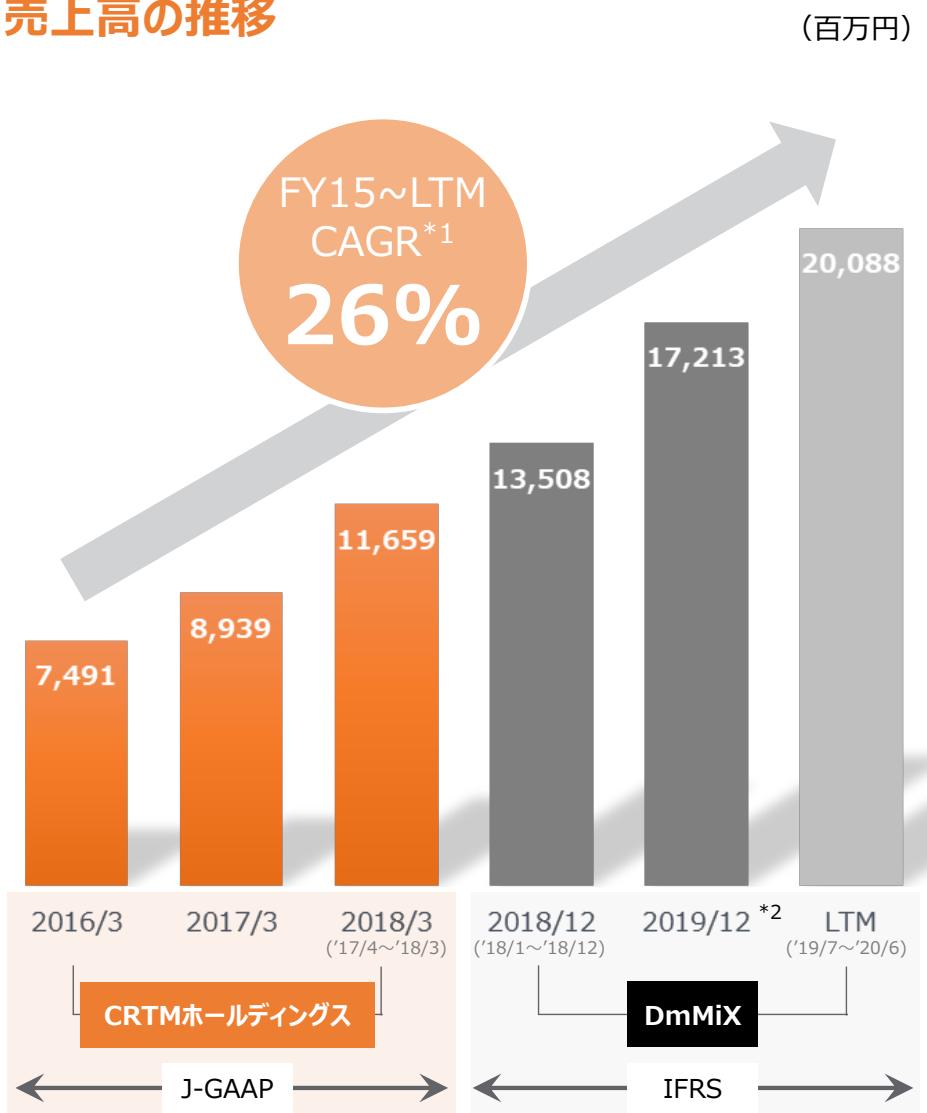
*5 電通「2019年 日本の広告費」

*6 矢野経済研究所「コールセンター市場総覧 2019-2020～サービス&ソリューション～」

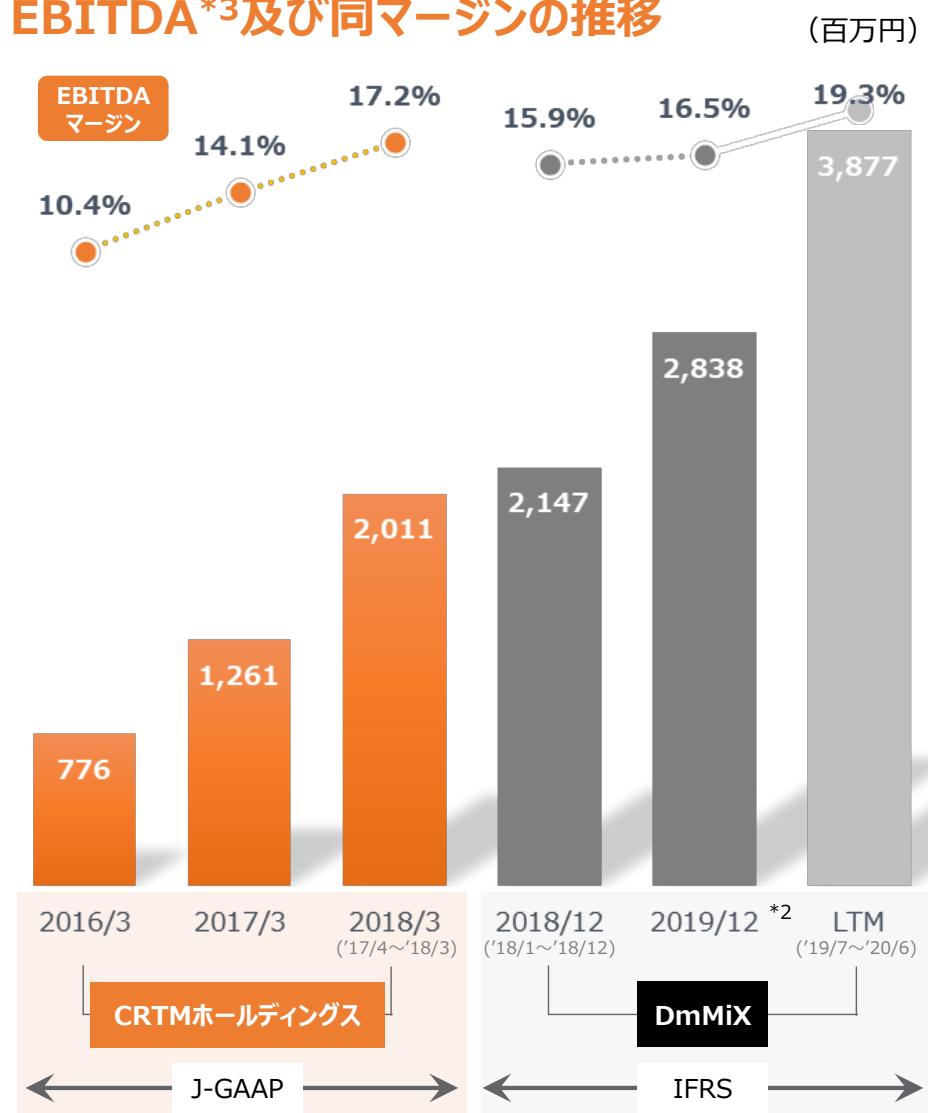
持続的な高成長・高収益を実現

- CAGR20%超のトップライン成長に伴い、継続的にEBITDAが拡大

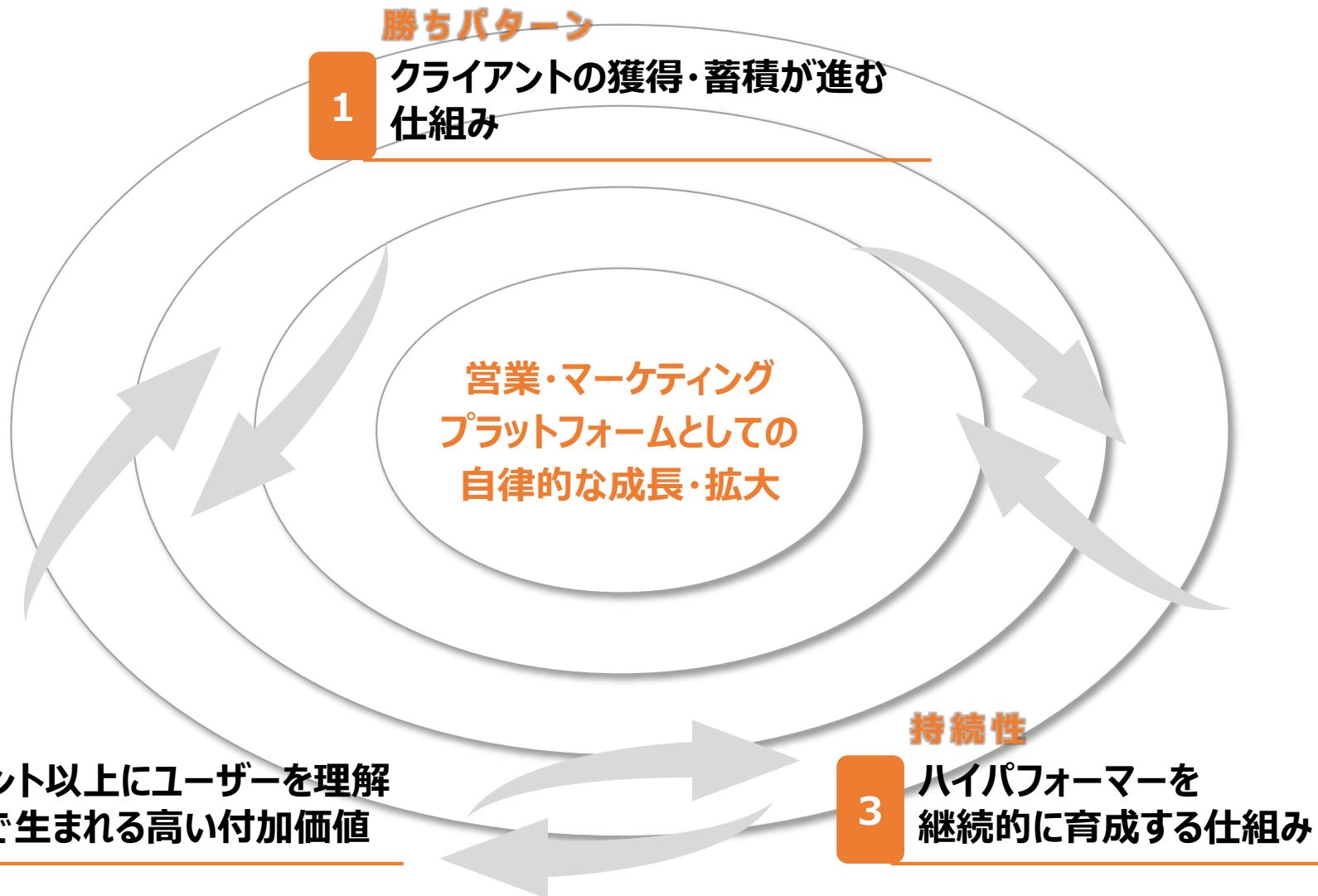
売上高の推移



EBITDA*3及び同マージンの推移



自律的な成長を実現するDmMiXのコアコンピタンス



クライアントの獲得・蓄積の「勝ちパターン」

■ 高いパフォーマンス・柔軟な対応力を梃子に、トライアルから本契約へ

高いパフォーマンス

社内人材、一般的な外部サービスに比べ
高いパフォーマンス

- ✓ ノウハウを有するマネージャー・ハイパフォーマーで一気にオペレーションを立ち上げ
- ✓ 仕組化を進める

人時受注件数（件 / (人・時)）*1



DmMiX

自社・
競合サービス

柔軟な対応力

新規クライアントの「お試し」での利用ニーズに対応

Ex.

トライアル

- ✓ 1席～での対応も可能

スピード対応

- ✓ 契約から最短翌日で業務開始
- ✓ 業務開始後の顧客要望に即日対応

成功報酬

- ✓ 販売実績に応じたフィー体系
- ✓ 他社が低採算で取れないような案件も、収益を確保したうえで受注可能

提案営業

- ✓ データとノウハウを活かして、訴求力の高い提案を継続的にクライアントに提示

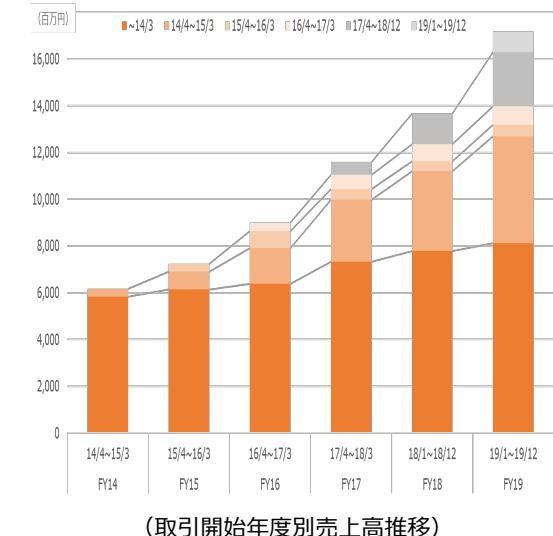
リピート化

コストパフォーマンスの優位性がリピート化を実現

- ✓ 報酬を固定 + 成果に切り替え
- ✓ 仕組化されたオペレーションで継続的に成果を出し続ける体制

既存クライアントの合計売上高の前年比

100%+

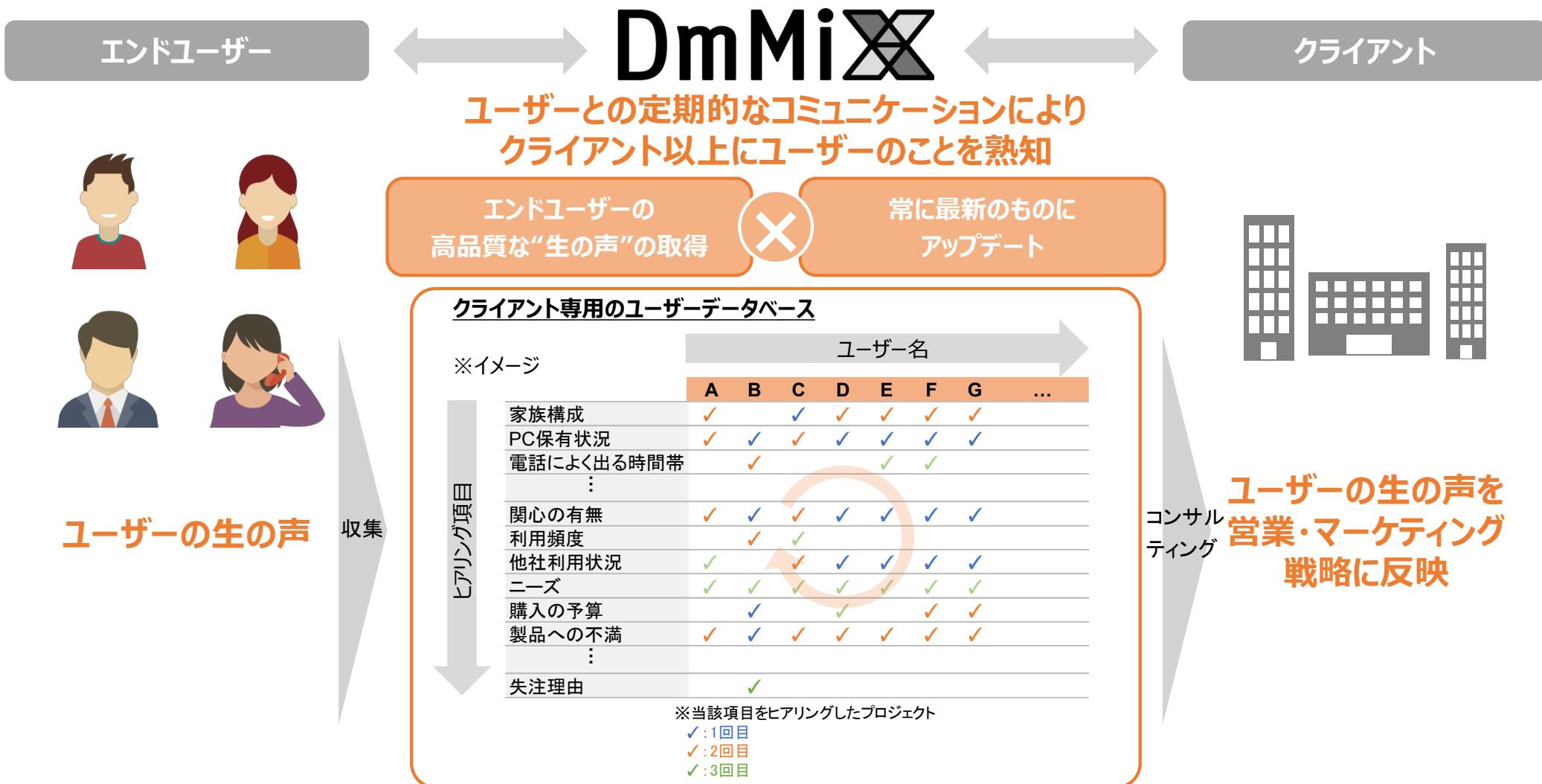


*1 2019年4月より開始したプロジェクトにおける実績（出所：クライアントより受領したデータに基づく）

ユーザーデータの継続的な蓄積による高い参入障壁

- 蓄積された、**最新のユーザーデータベース**をもとに営業・マーケティング戦略の策定に寄与し、高い付加価値を確保

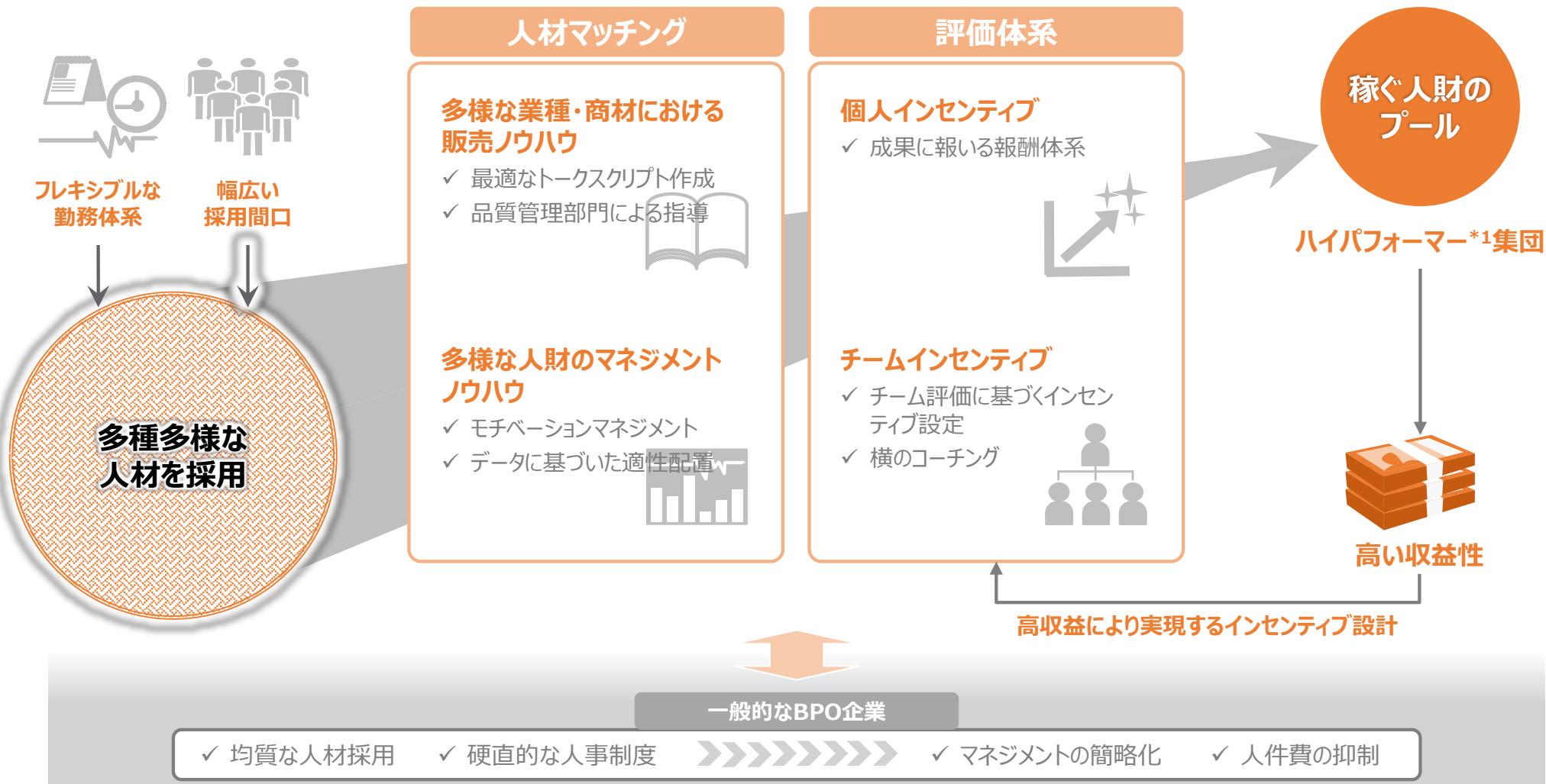
時間の経過とともに積み上がるユーザーデータ



ハイパフォーマー^{*1}を育成し続ける仕組み

- 独自の育成方法により、他社では戦力化しにくい人材でも早期に戦力化

ハイパフォーマー^{*1}を育成する仕組み

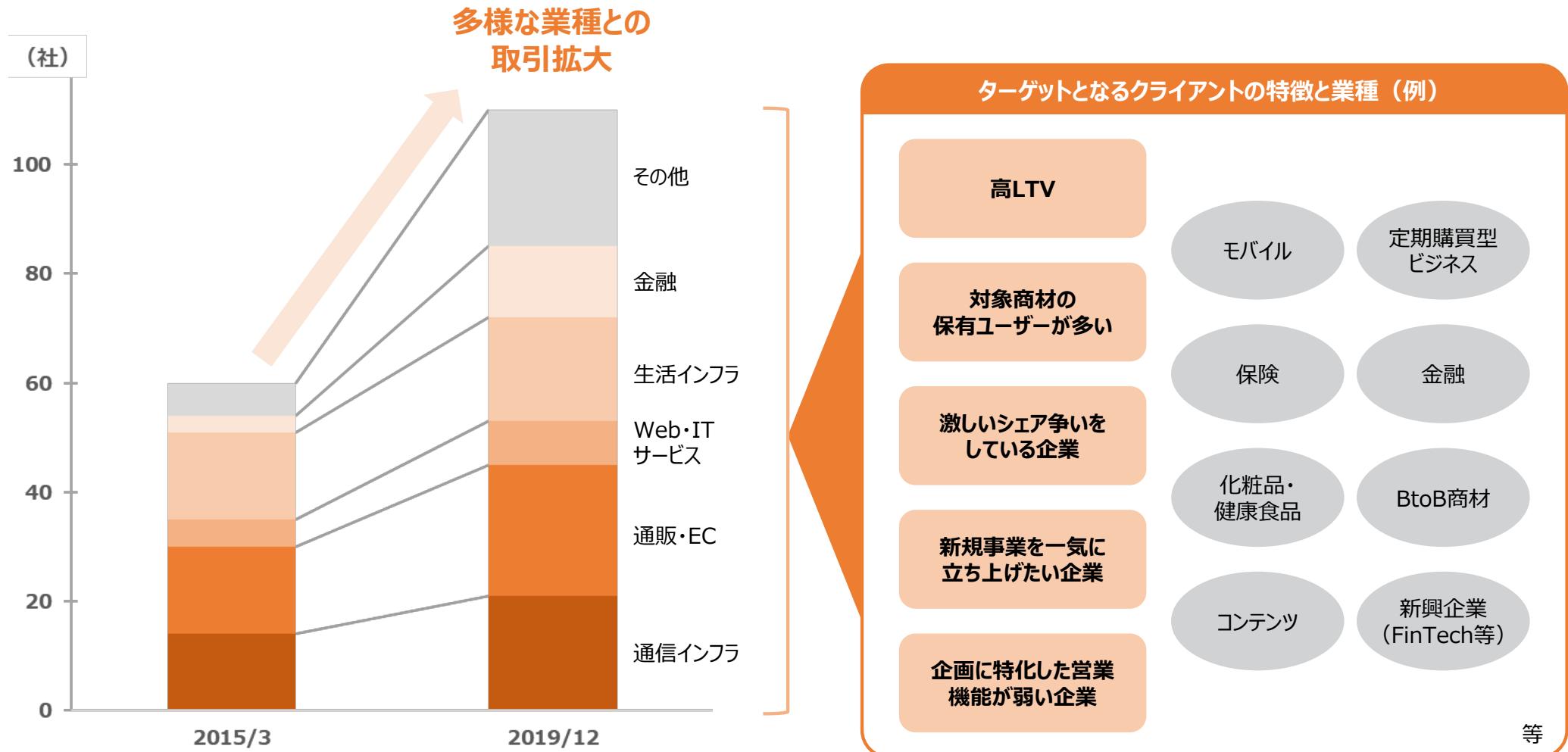


*1 当社基準において一定の営業パフォーマンスを達成したスタッフの総称

業種を超えた多様なクライアントとの取引拡大

- あらゆる業種においてダイレクトマーケティングのニーズは存在。**業種の多様化も進展中**

業種別クライアント数^{*1*2*3}の推移と弊社ターゲットの特徴



*1 グループ会社各社との契約ベースでカウント。年間取引金額100万円未満のクライアントは除外

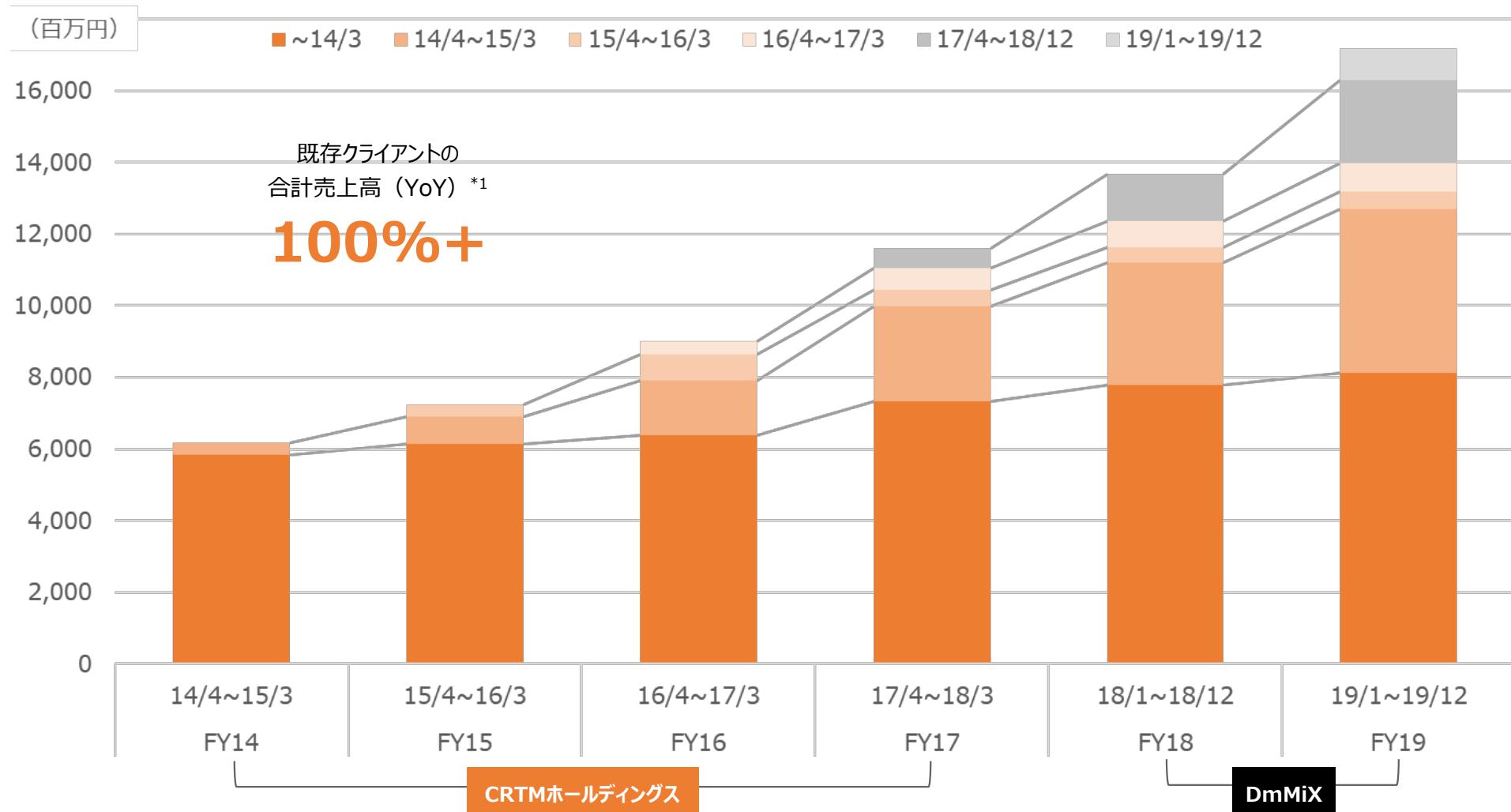
*2 通信インフラ=携帯電話キャリア系列企業 / 生活インフラ=電力、ガス、インターネット回線等を手掛ける企業

*3 2019/12期に関しては、オンライン事業（人材派遣）を除外

継続的な取引拡大によりストック型収益モデルを実現

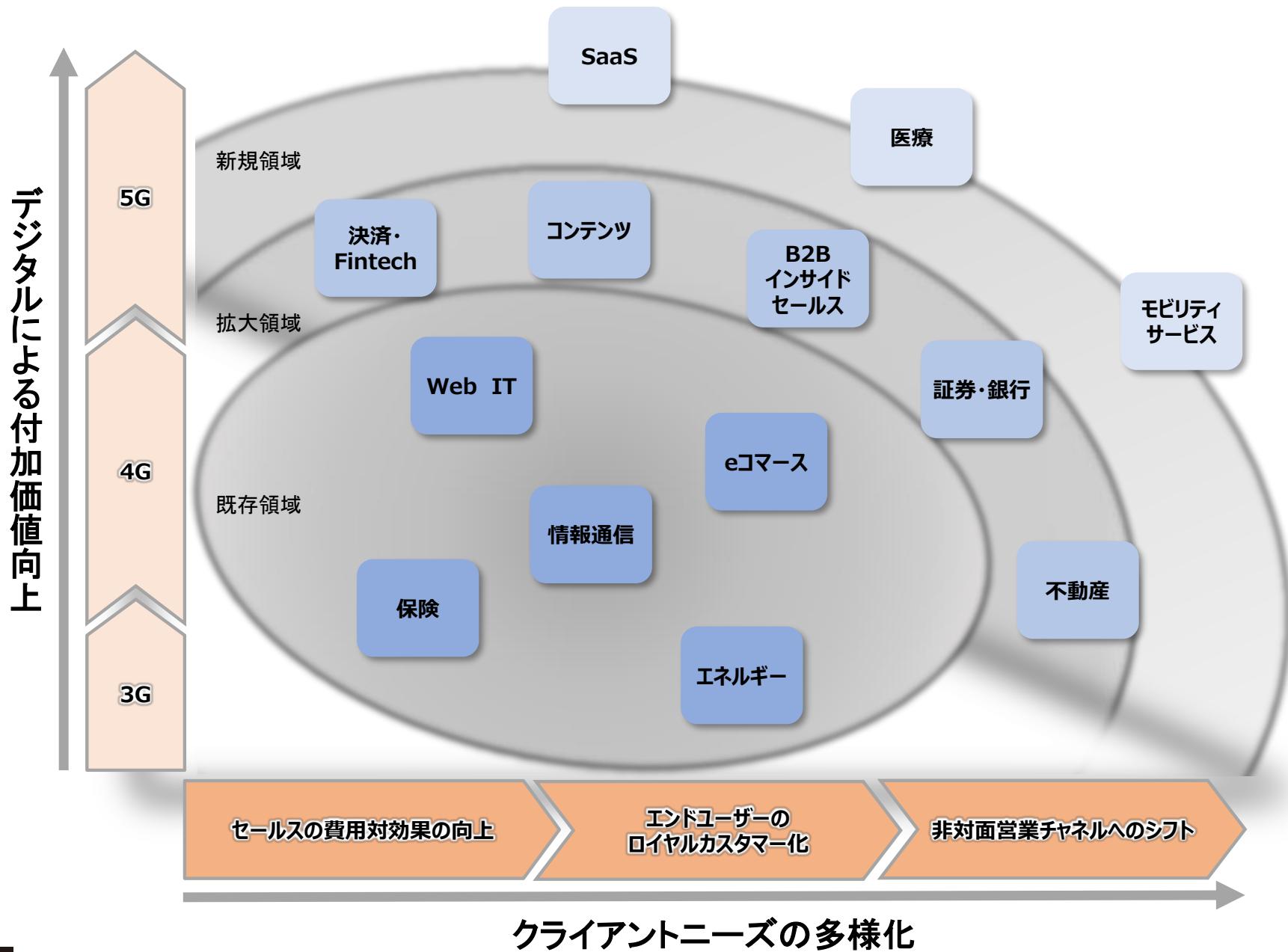
- クライアントの開拓・取引拡大により、**安定収益が積み上がる仕組み**を構築

取引開始年度別売上高推移



*1 2018/12期と2019/12期の比較

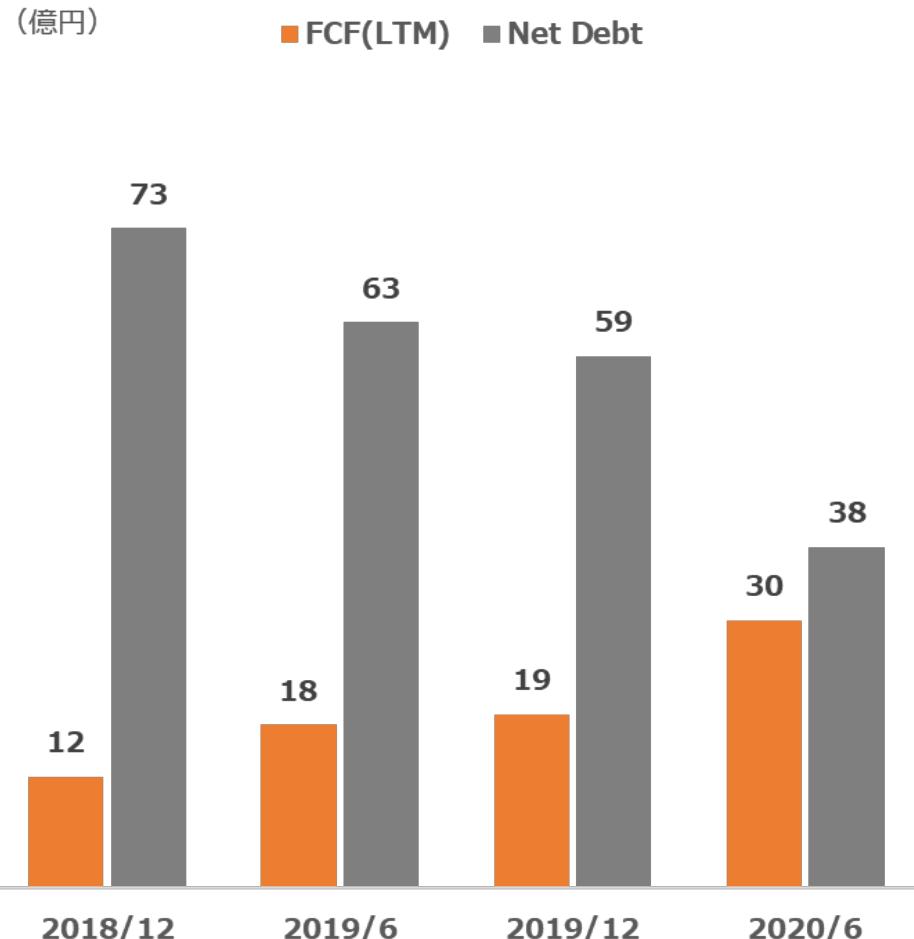
今後の事業展開の方向性について



堅固なキャッシュ・フローと株主還元方針

- 目標総還元性向は**40%**、自己株式の取得を含む資本政策を検討

FCFとNet Debt^{*1}の推移



株主還元方針

- 株主への利益配分につきましては、経営の最重要課題のひとつと位置付けており、今後の事業展開と財務体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、**総還元性向40%**を目指していく考えであります
- 新株予約権の将来的な行使に備えるため、**自己株式取得を含む資本政策**を検討して参ります

DmMiX