

2024年12月期第2四半期 決算説明補足資料

株式会社アルファパーチェス

2024年8月14日

Agenda

01. 会社概要

02. 業績概要

03. 2024年12月期第2四半期の実績

04. トピックス

(MRO事業の中核、大企業向けビジネス)

本資料には、当社の業績の見通しや将来に関する計画などが含まれております。これらに関する数値などは、現時点の当社の仮定に基づくものであり、その実現を確約、保証するものではありません。今後、様々な要因により、実際の数値などが本資料の記載と著しく異なる可能性があります。また本資料は、投資勧誘を目的にしたものではありません。投資に関するご決定は、ご自身の判断にてお願いいたします。

01. 会社概要

01-1.会社概要

概要

設立

2000年11月15日
※現会社は2010年11月1日に新設分割

資本金

560百万円（2024年6月30日現在）
※2022年12月26日東京証券取引所スタンダード市場上場

本社所在地

東京都港区三田

代表者名

代表取締役 社長 兼 CEO 多田 雅之

事業概要

間接材（役務を含む）
の購買に関する BtoBサービスの提供

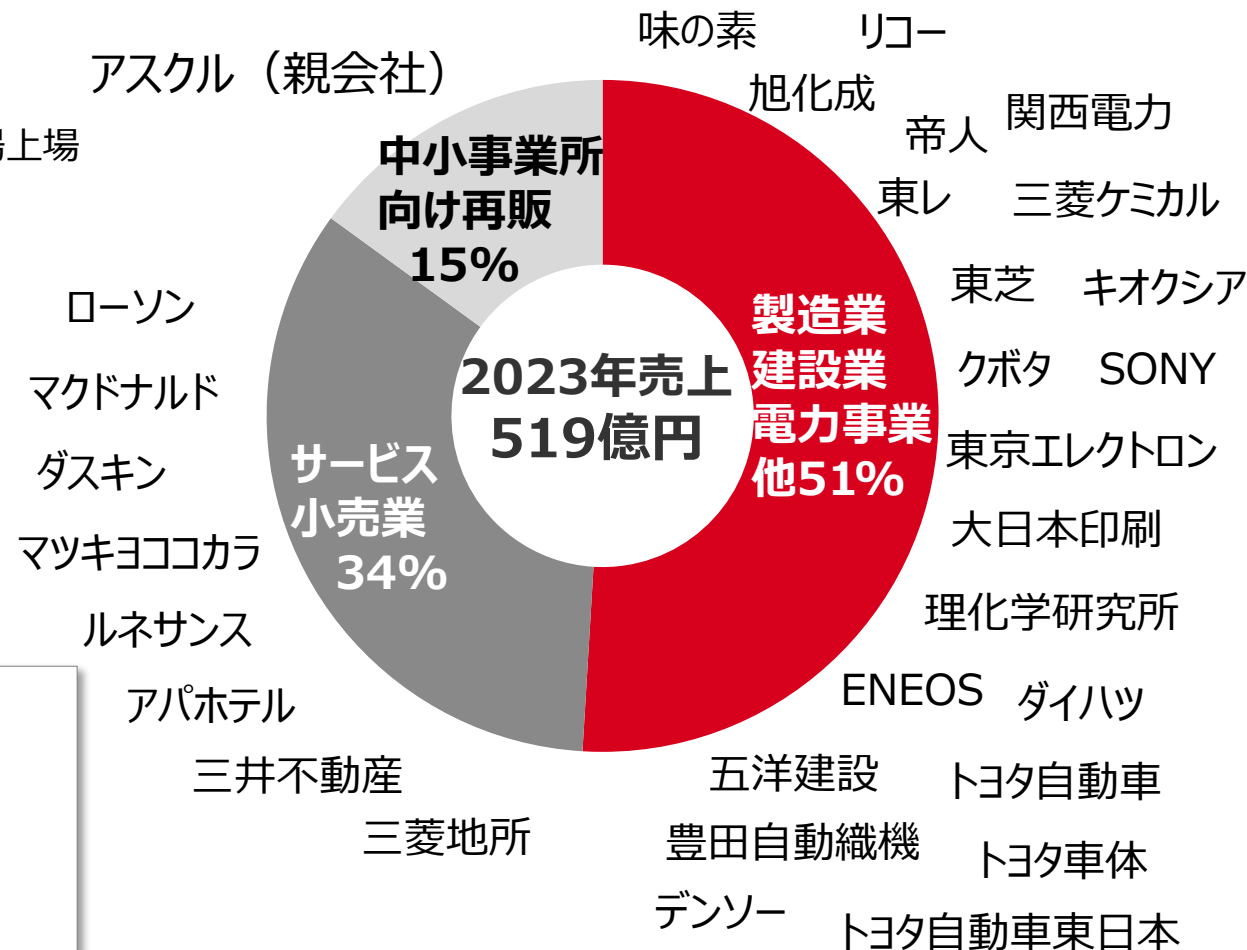
従業員数 （連結）

267名（2024年6月30日現在）
※パート、派遣社員除く

基本理念

わたしたちは、MROを中心とする包括的な商品とサービスを提供することを通じ、サプライヤー、そしてパートナーとともに、
**お客様の価値の創造と間接コストの削減を実現し、
日本の産業の変革と再活性化**に貢献します。

お客様内訳



01-2. 当社の事業セグメント（2大事業）

モノのソリューション MRO事業

- 工場備品・現場の消耗品



- 作業工具・作業用品



- 安全用品



- 研究備品・試薬・部品



- 事務用品・OA機器・家電・書籍



お客様のご要望

モノ

モノ（間接材）
に関する課題

▼
購買業務を
改善したい

役務

役務
に関する課題

▼
施設の管理・
運用を効率化
したい

最適購買の実現

当社のITプラットフォームである「APMRO」を中心に、
モノと役務を効率的に、適切かつ低コストで購入できる
仕組み・サービスを提供

MRO事業
Maintenance Repair
& Operation

FM事業
Facility Management

役務のソリューション FM事業

- 商業施設の修繕



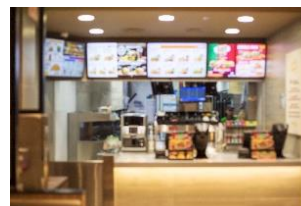
- 商業施設の清掃



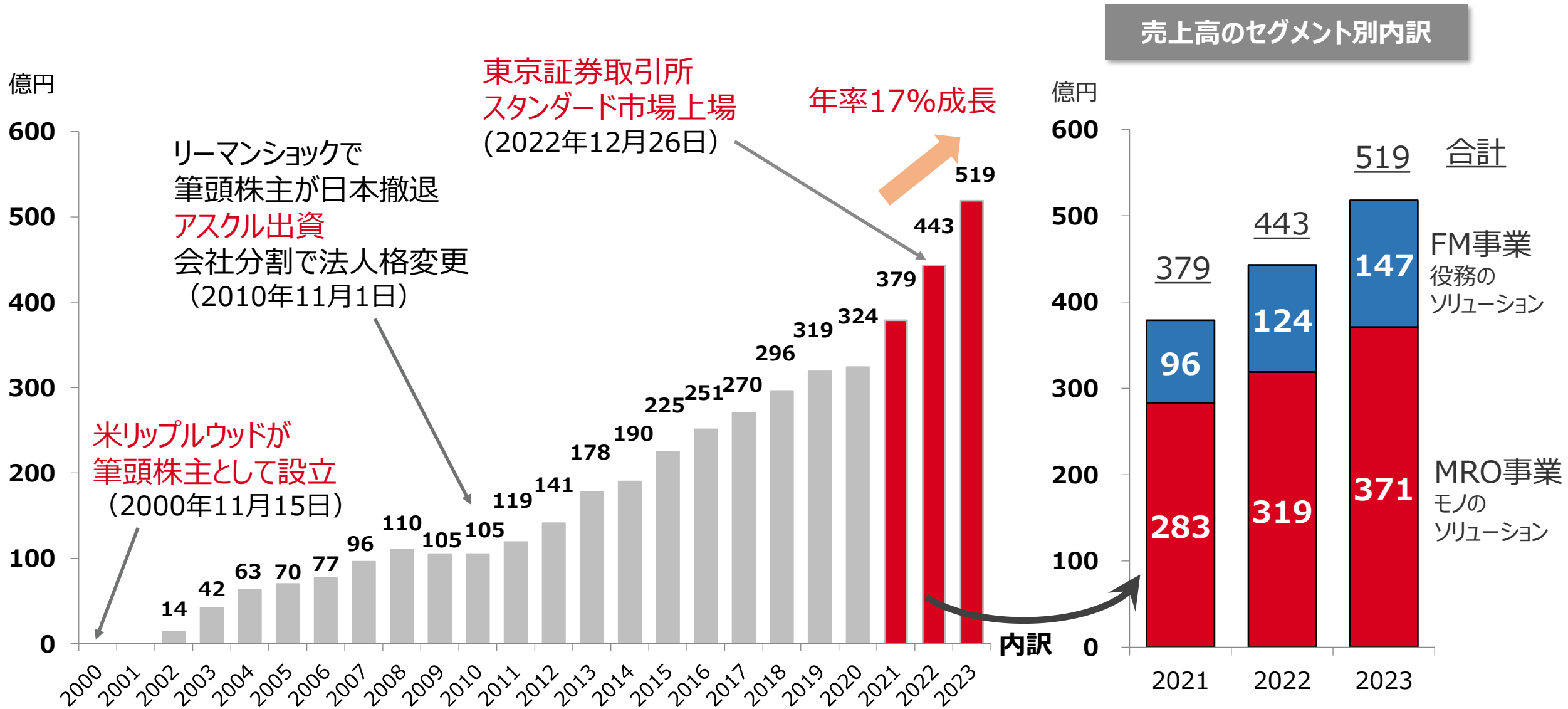
- 各種工事、保守・点検他



- 店舗内装資機材・看板・什器 購買代行



01-3. 連結売上高の推移と沿革



※会計基準変更による代理人売上控除を2020年より適用しております。2019年以前の売上高についても適用があったと仮定し、当該金額を控除して表示しています。

02. 業績概要

02-1. 業績概要

【2024年度上半期実績】

- 上半期の売上は前年比7%増。営業利益は、2Qは前年比3.8%増だが、1Qの前年比14.9%減をカバーしきれず、上半期全体では6.7%減。
- MRO事業は、中小事業所向けの売上減少が継続しているが、主力の大企業向けは好調持続。上半期の業績は、売上は前年比11%増、セグメント利益は前年比14%増。
- FM事業は、上半期の売上は前年比3%減。セグメント利益は前年比28%減。売上構成の変化で粗利率が約1%ポイント低下し、セグメント利益率が3.9%から2.9%へと悪化。

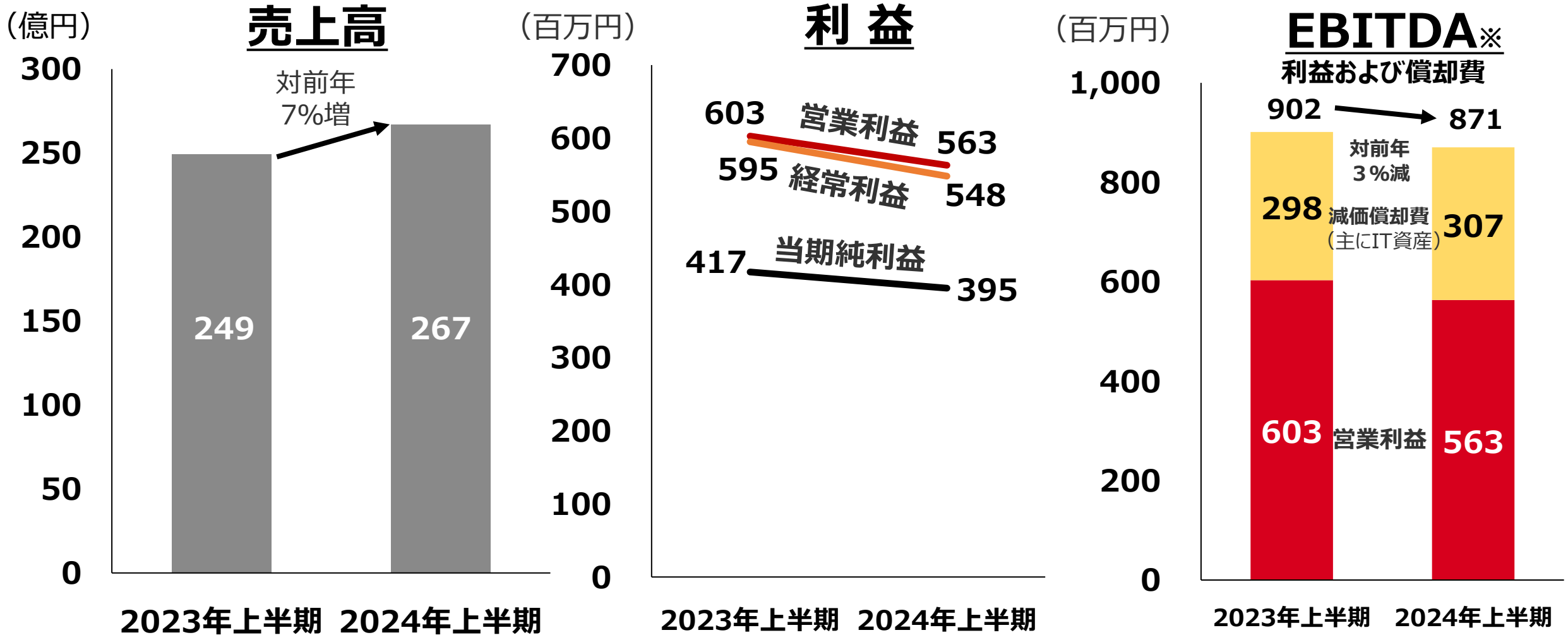
【2024年度 通期見通し】

- 通期の売上、営業利益、および配当の見通しは、本年2月14日に開示した数値を維持。
- 但し、セグメント間の内訳を変更し、MRO事業を上方修正し、FM事業を下方修正。

03. 2024年12月期 第2四半期（上半期）の実績

03-1.2024年上半期（1-6月）の売上高および利益

2Qは前年比増収・増益だが、1QのFM事業の減益影響が大きく、上半期累計でも減益継続

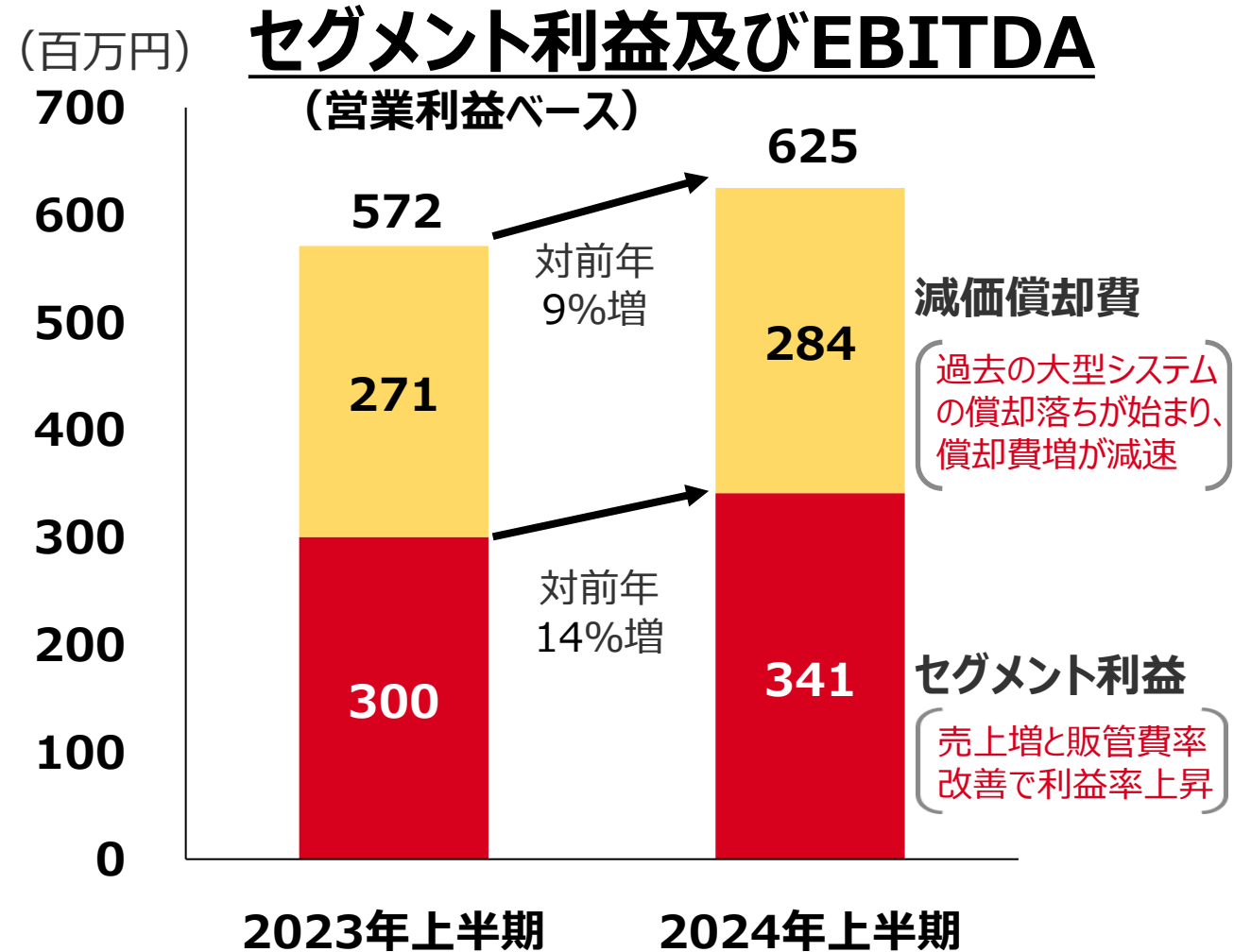
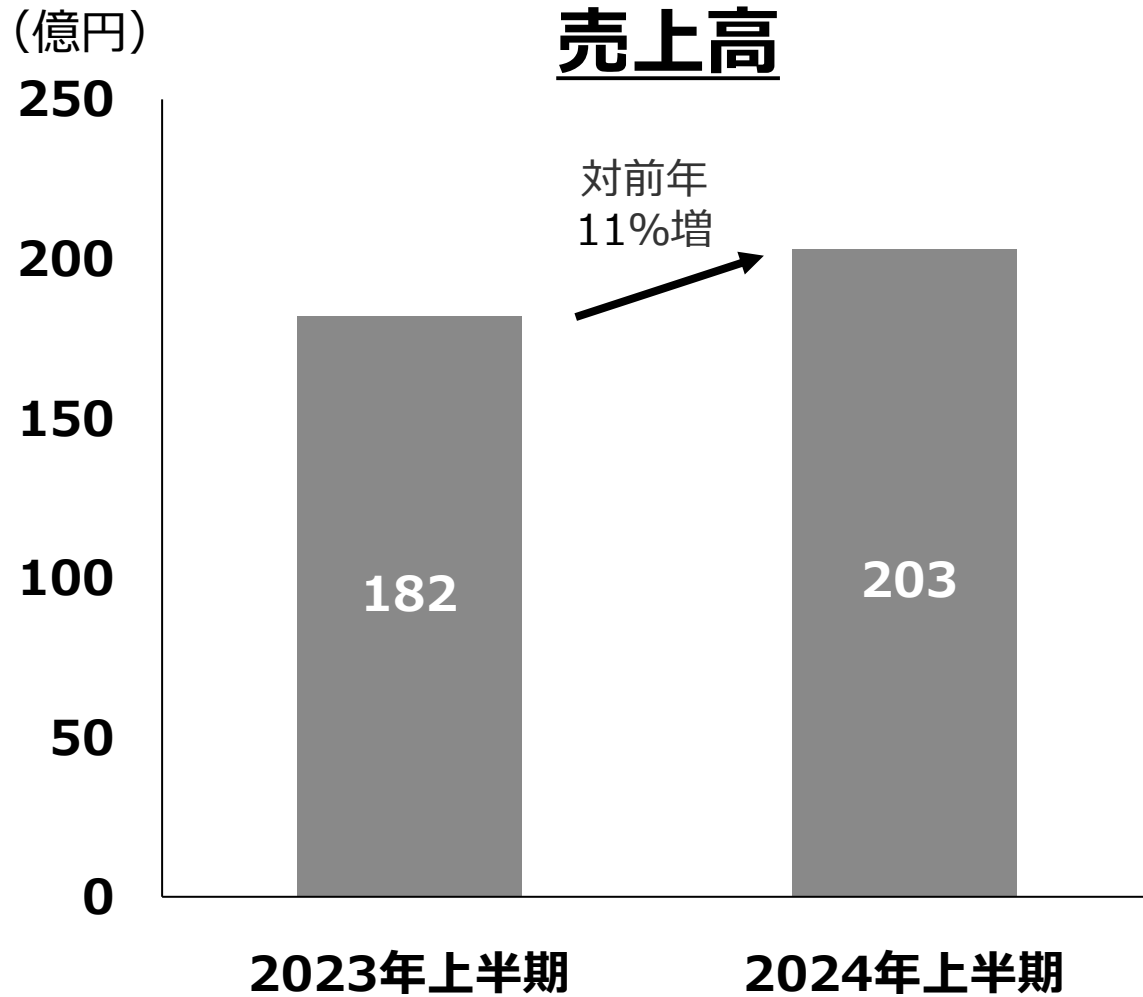


※12月決算
※金額は小数点以下切捨て、伸び率は四捨五入表示

※Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization

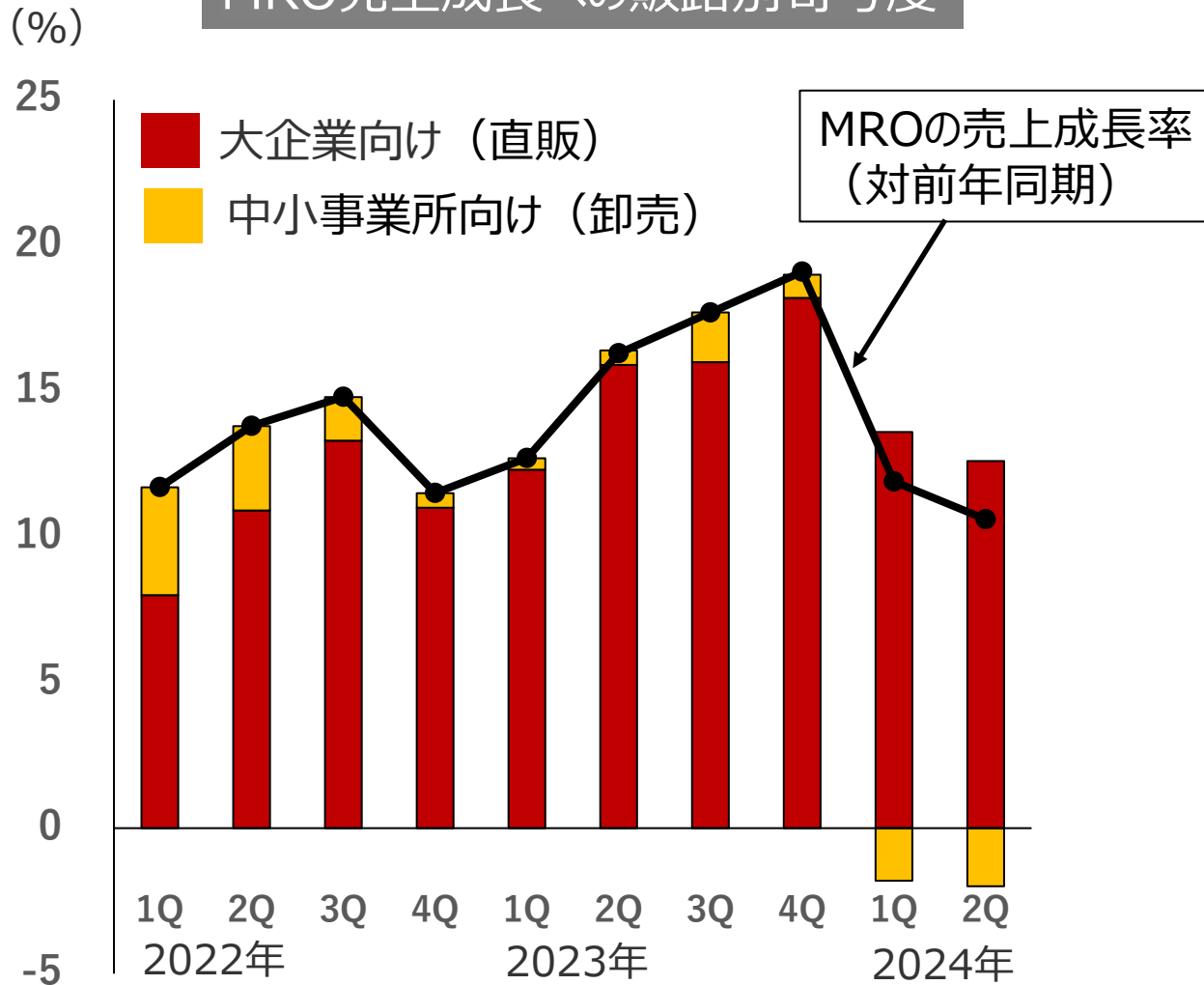
03-2.MRO事業の上半期の売上高、利益、およびEBITDA

製造業向けを中心に好調、セグメント利益が年初想定を上回る進捗

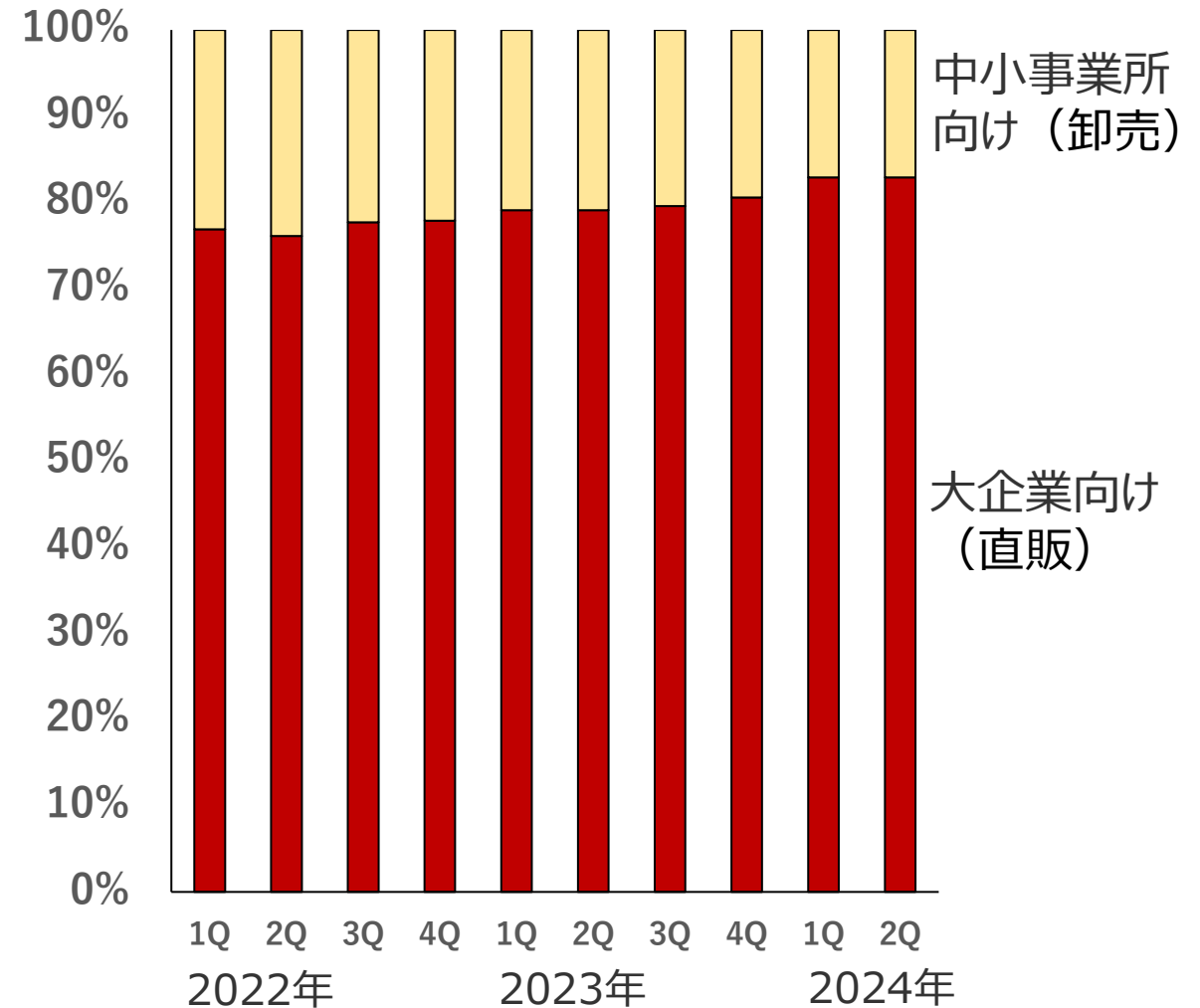


03-3.MRO事業の販路別成長寄与度と売上構成比

MRO売上成長への販路別寄与度



MROの販路別売上構成比



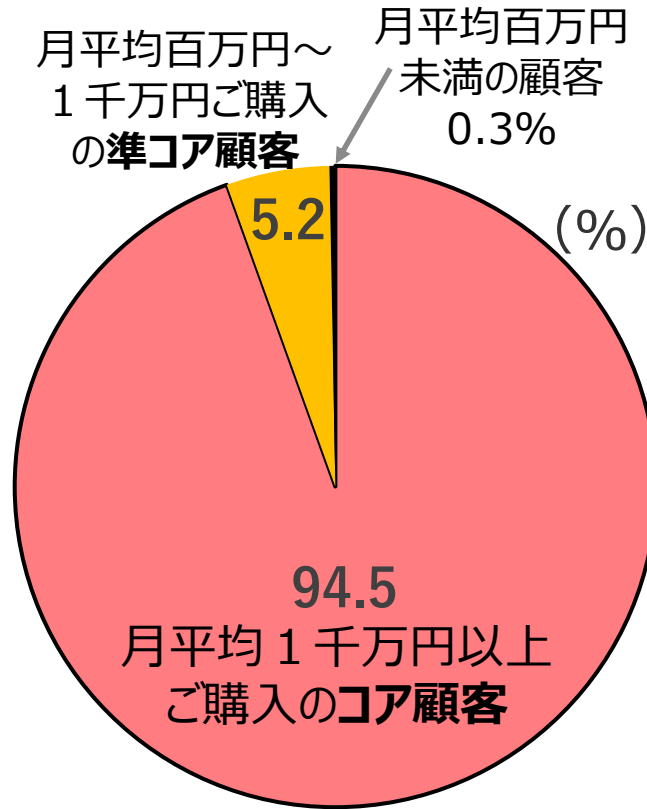
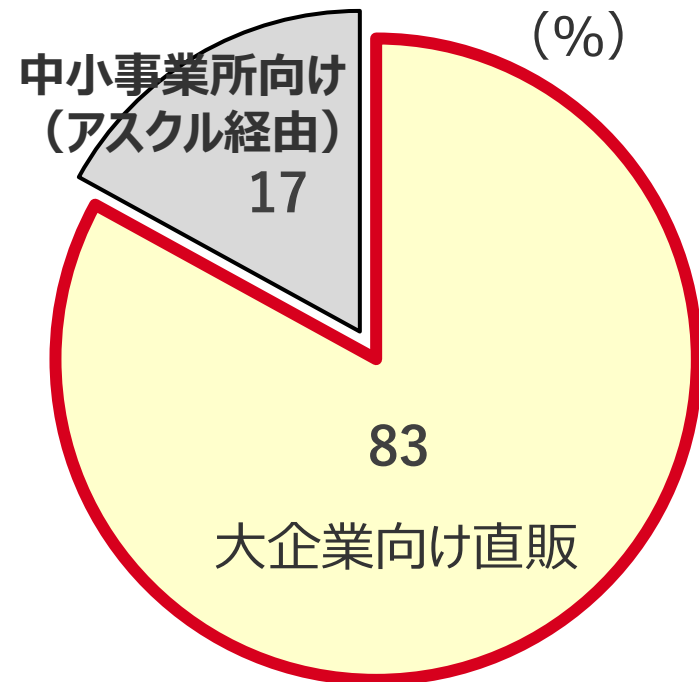
※販路別寄与度 = 販路別売上の前年比増減額 ÷ MRO売上全体の前年比増加額

03-4. 当社MRO物販の売上構成 (2024年上半期)

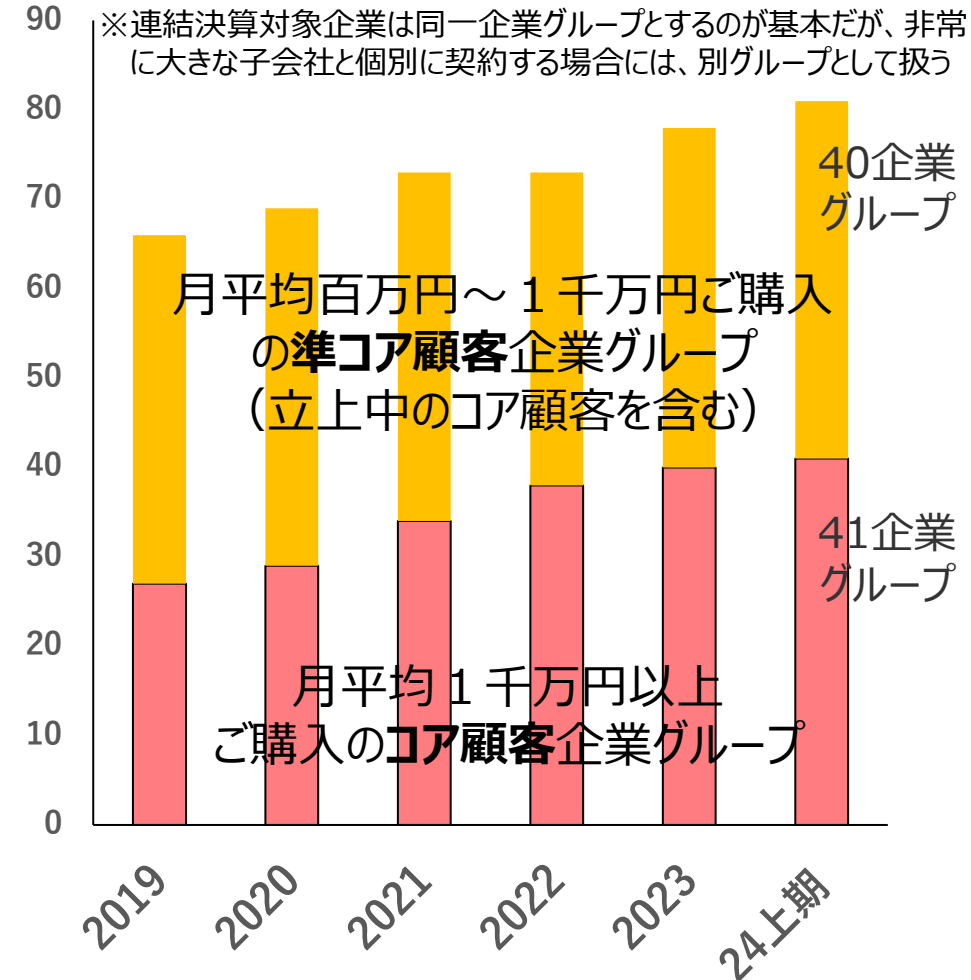
MRO物販全体の売上金額構成比

大企業向け直販部分の売上金額構成比

大企業向け直販顧客の企業グループ※数



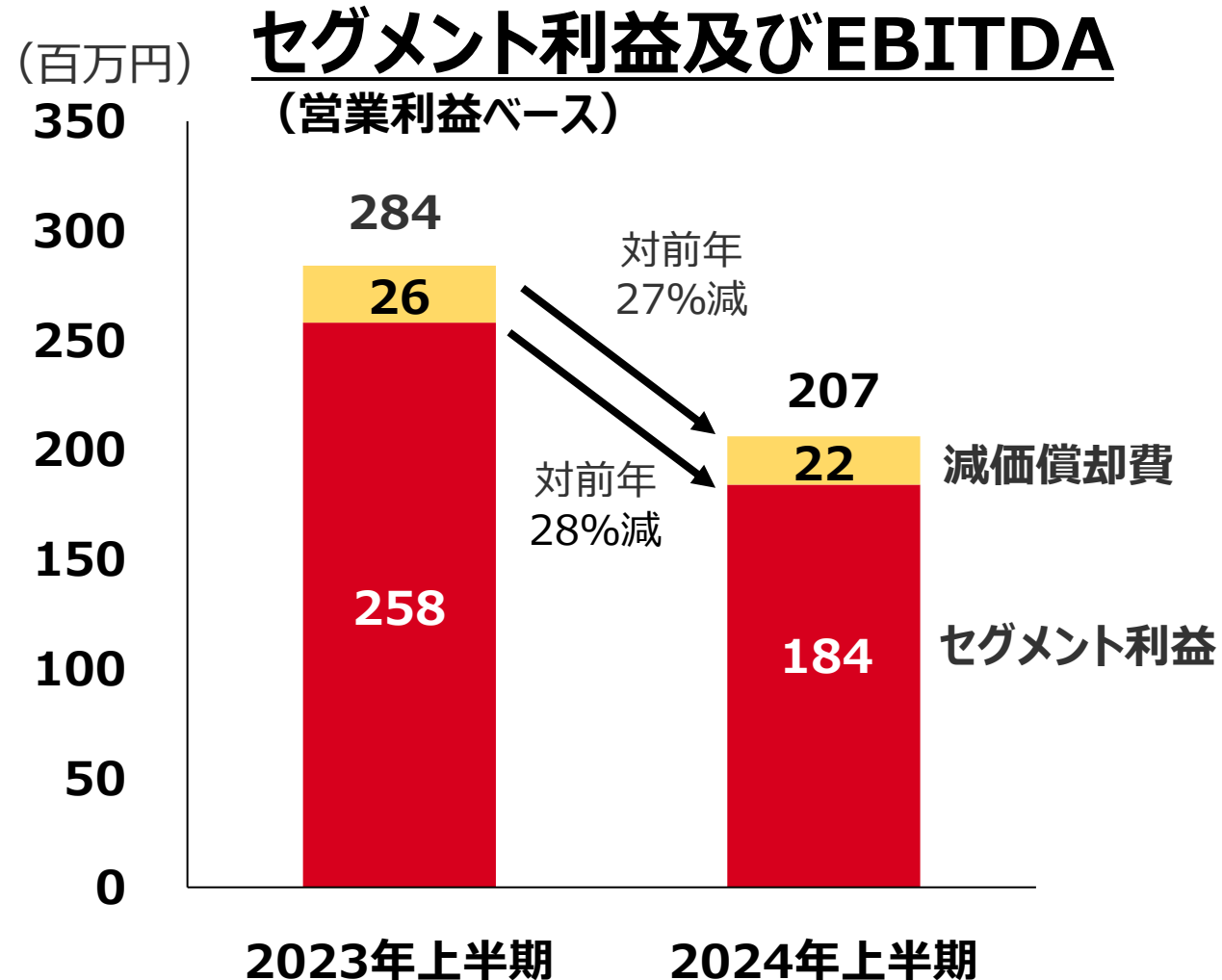
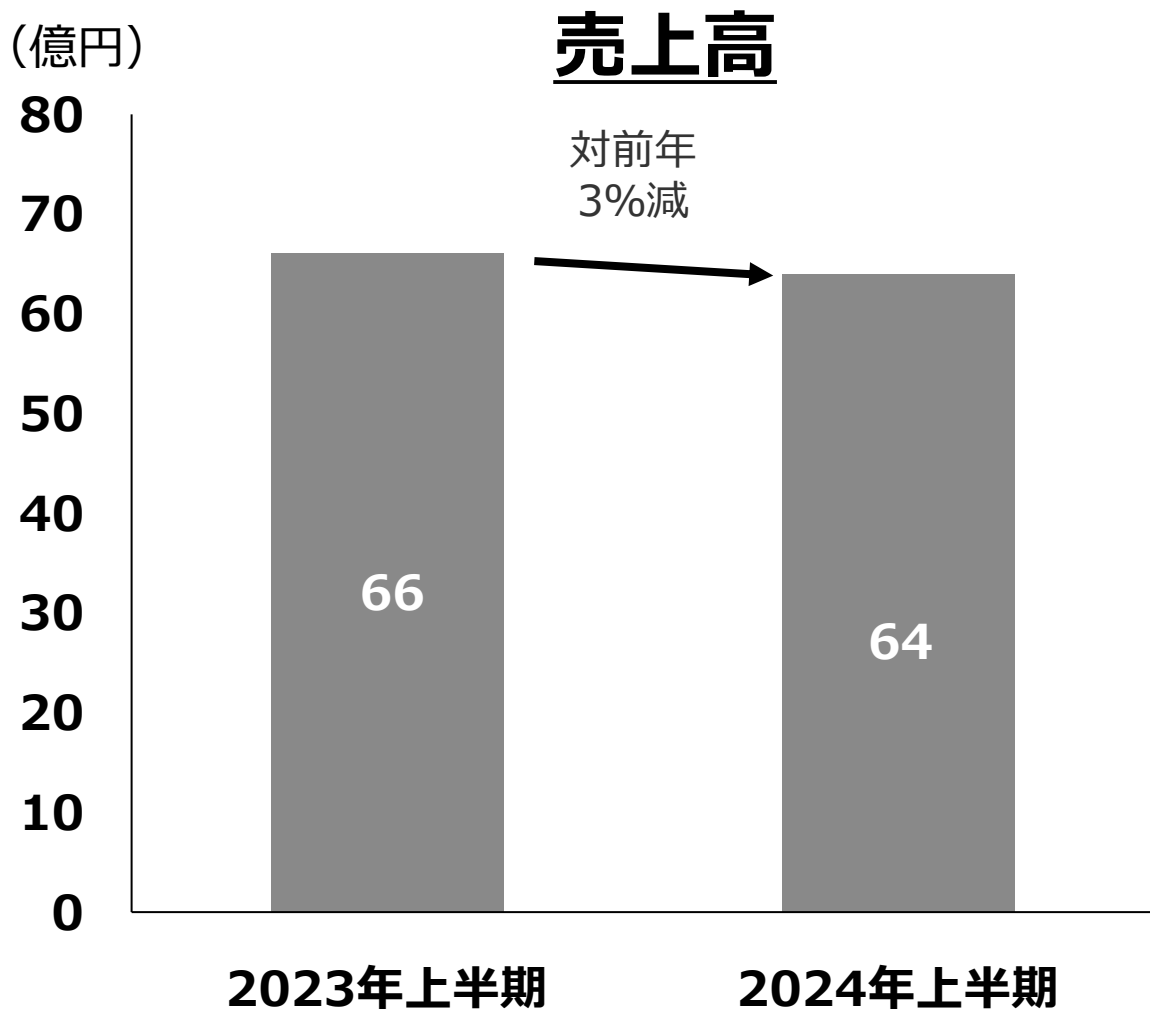
(グループ数)



※システム利用料を除く物販売上の構成比

03-5. FM事業の売上高および利益

売上は微減だが、粗利益率約1%悪化で、セグメント利益は28%減

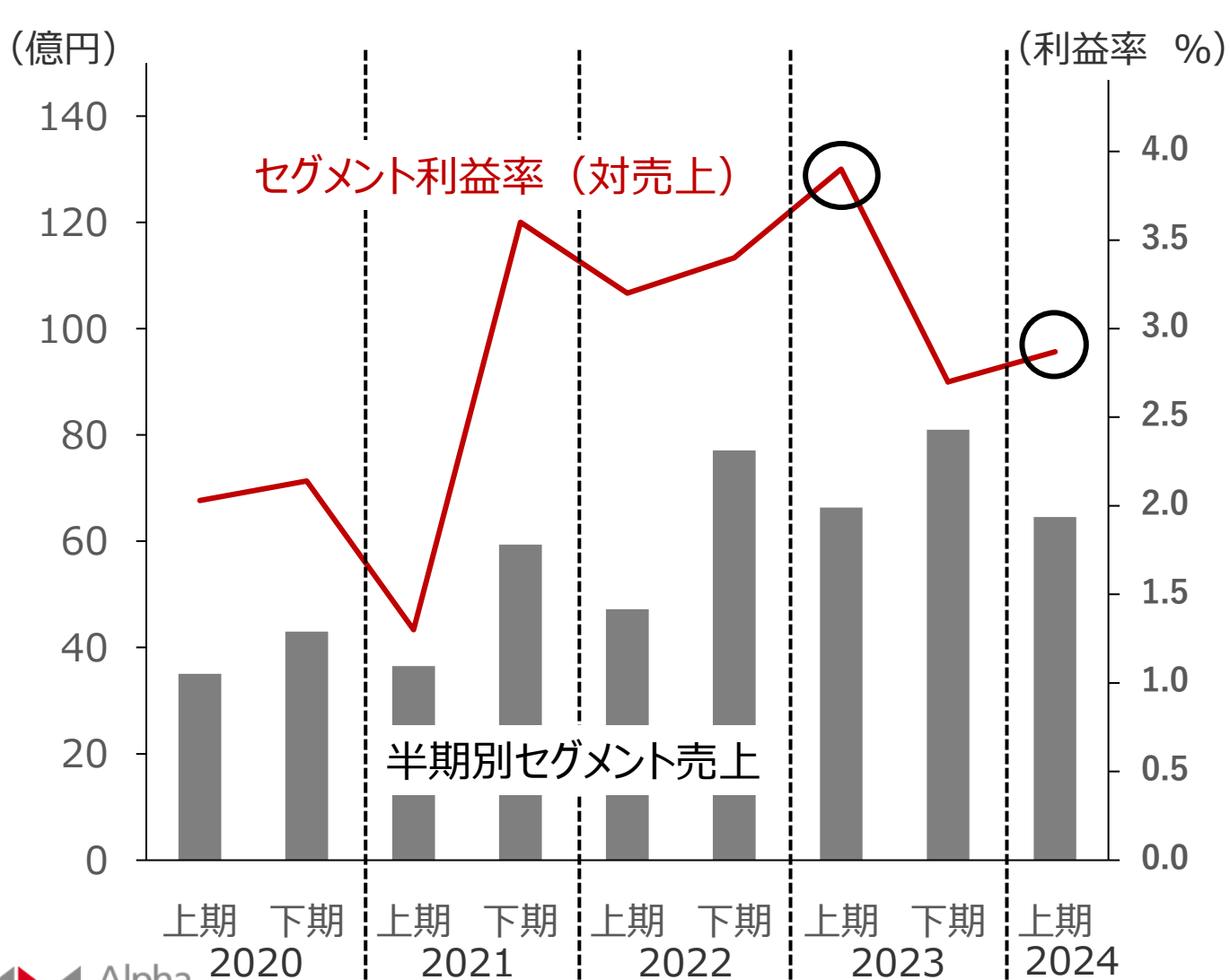


※12月決算

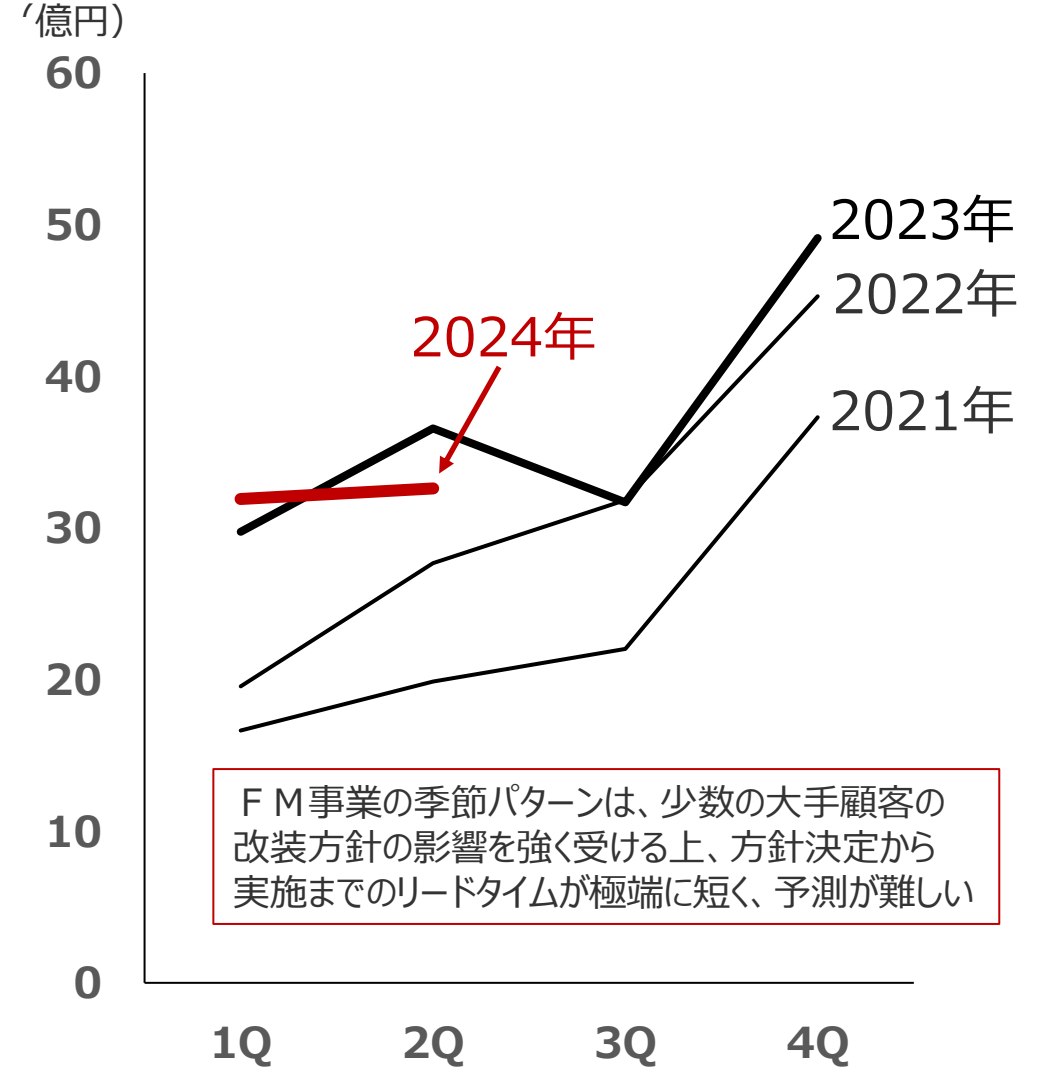
※金額は小数点以下切捨て、伸び率は四捨五入表示

03-6. FM事業の半期別実績と四半期売上パターン

FM事業の半期別売上とセグメント利益率

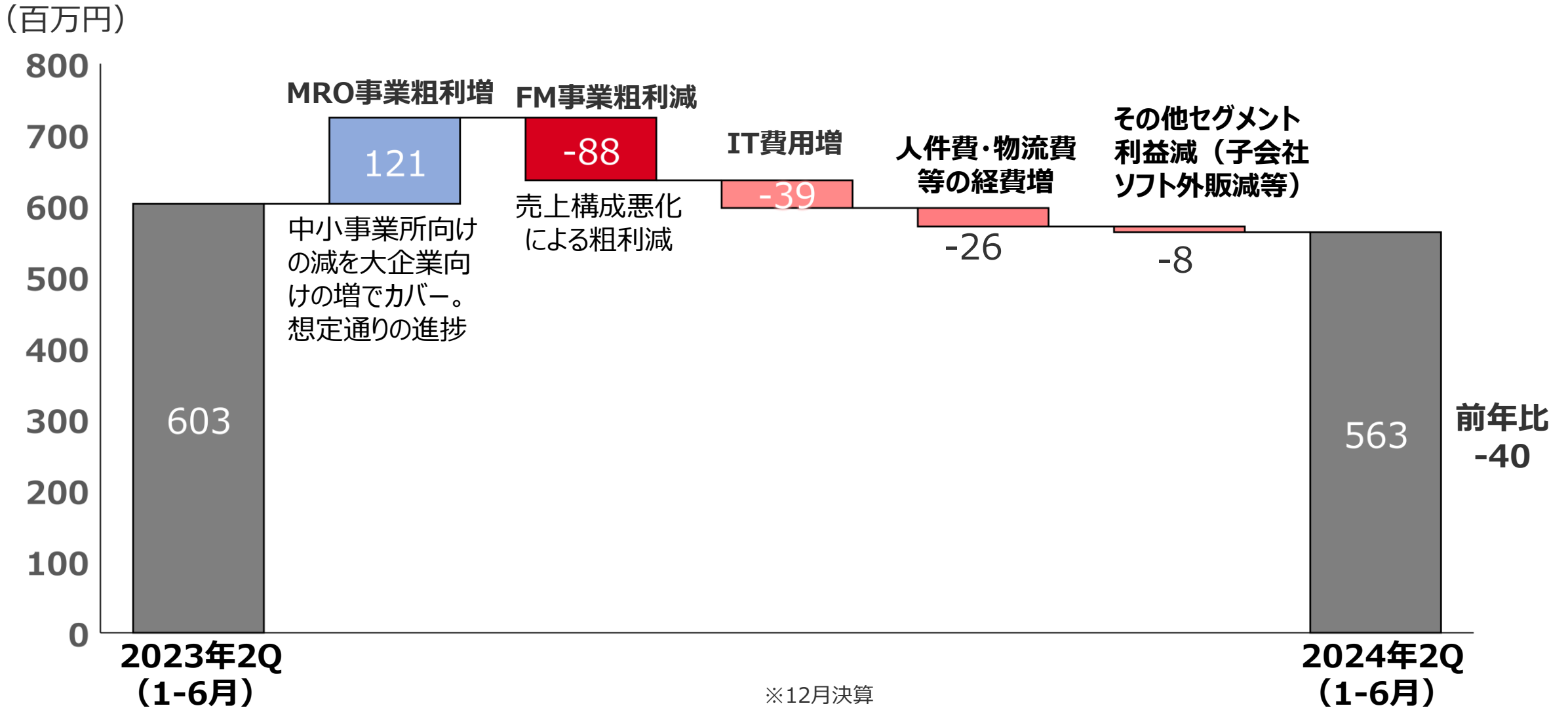


FM事業の四半期売上パターン



03-7. 上半期実績の前年同期比営業利益増減要因

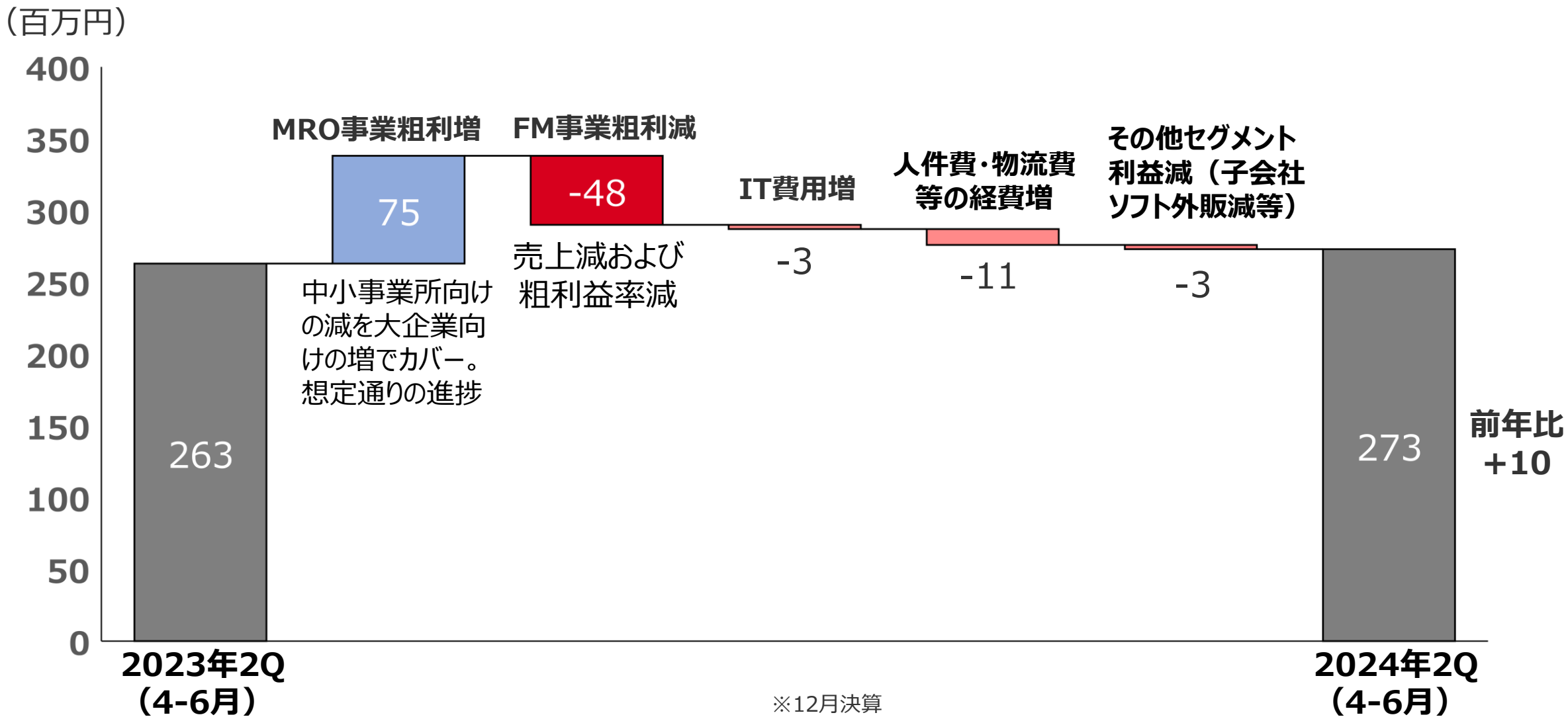
上期の増収減益の要因は、主にFM事業の売上構成悪化による粗利減



※12月決算
※金額は小数点以下切捨て

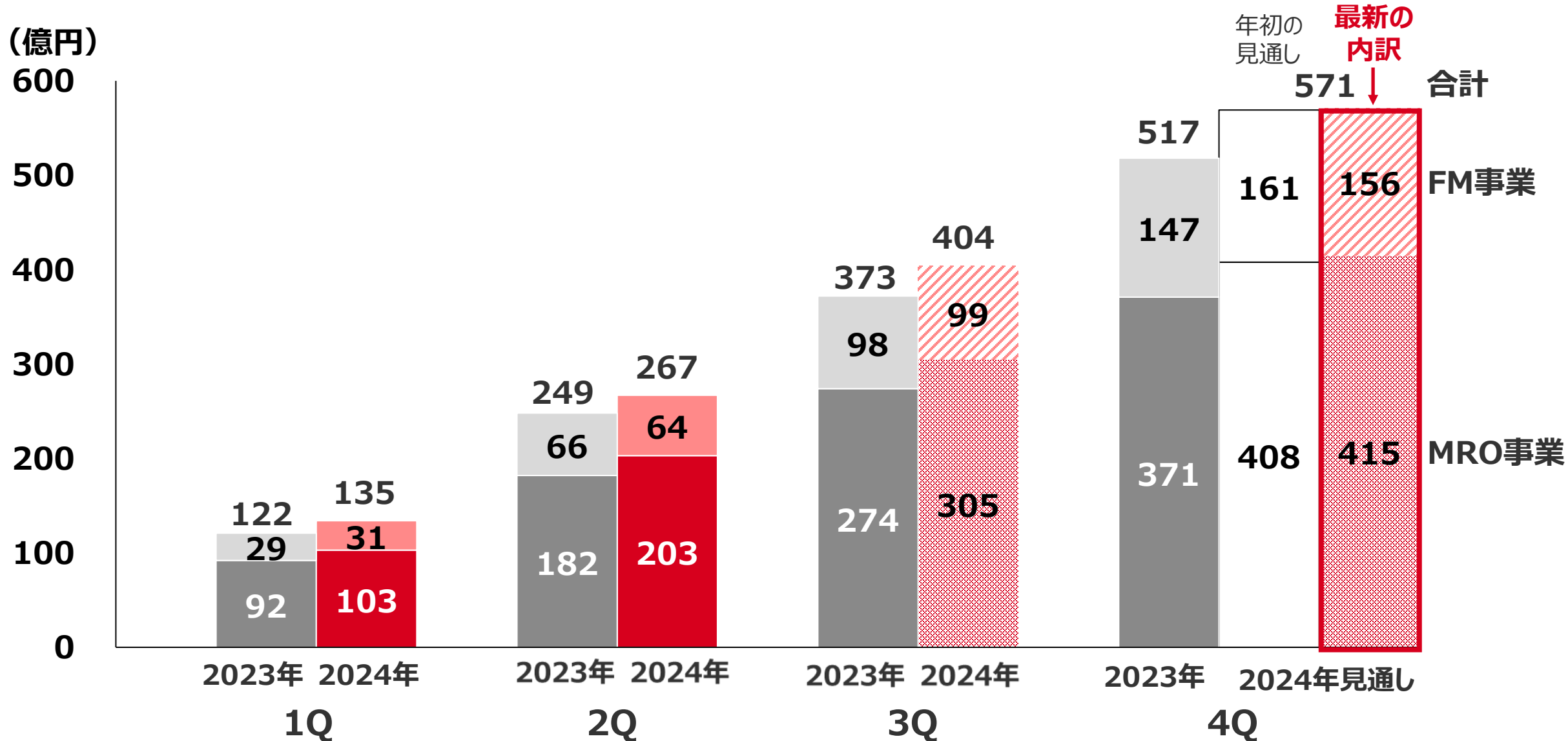
03-8. 2Q（4-6月）の前年同期比営業利益増減要因

2Qは、MROの大企業向けが年初想定以上に好調だったが、FM事業が減収減益



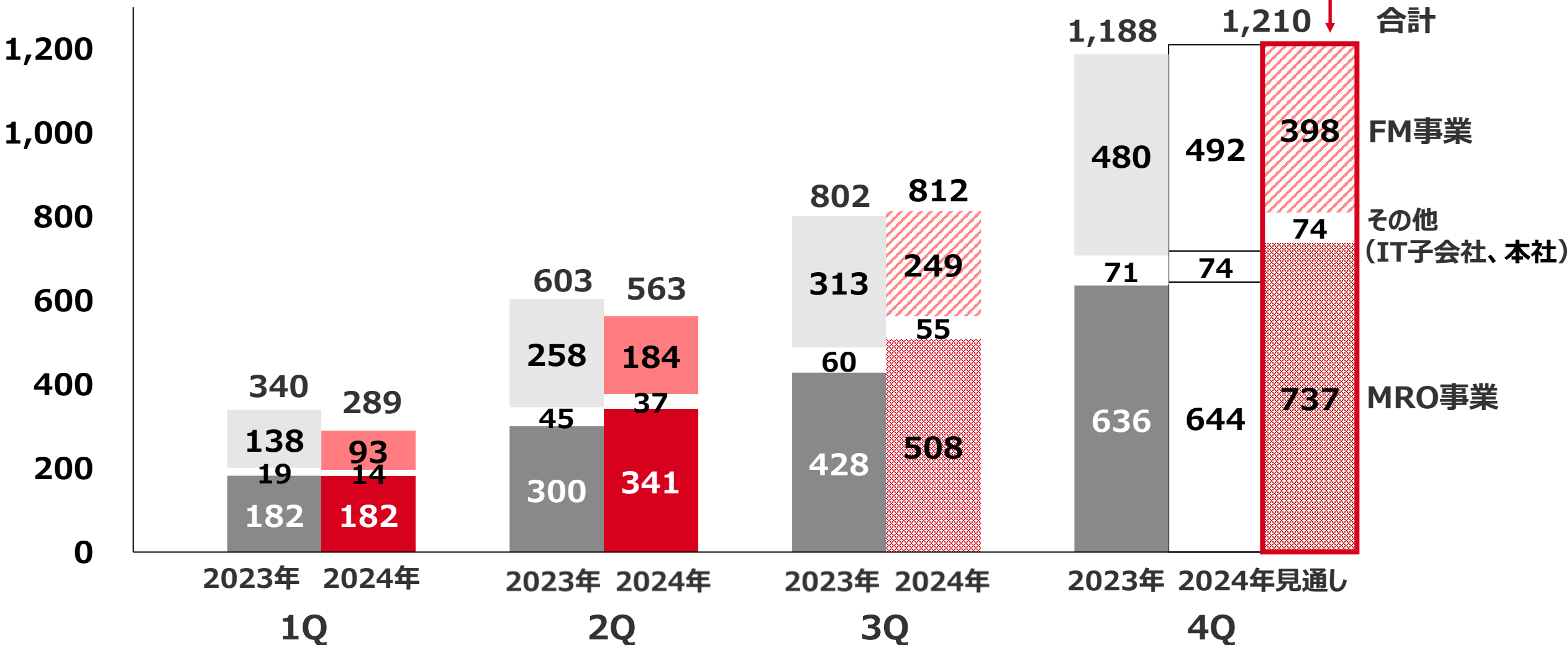
※12月決算
※金額は小数点以下切捨て

03-9. 四半期別セグメント別累計売上高と通期の見通し



03-10. 四半期別セグメント別累計営業利益と通期の見通し

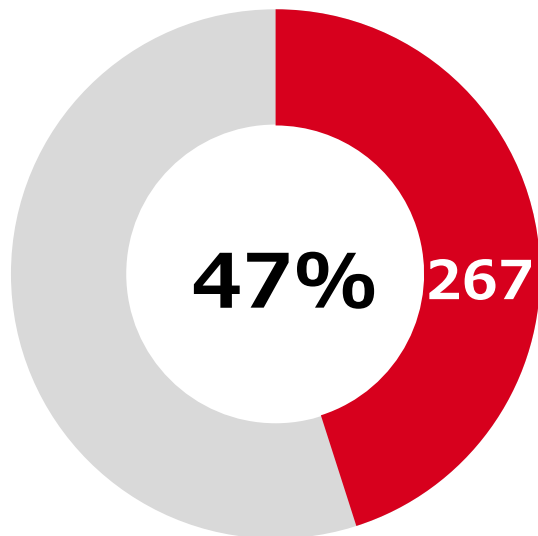
(百万円)



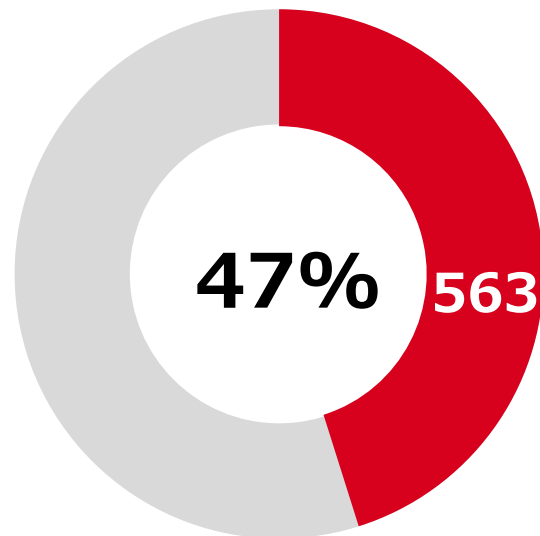
※12月決算

※金額は小数点以下切捨て、伸び率は四捨五入表示

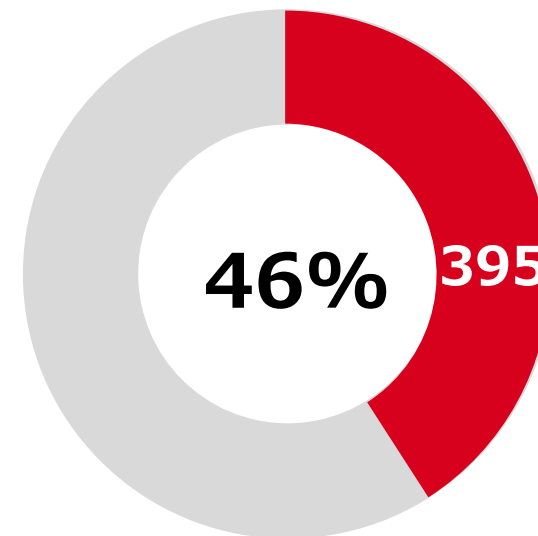
03-11. 第2四半期 対通期見通し比実績進捗率



売上高通期見通し
571 (億円)



営業利益通期見通し
1,210 (百万円)



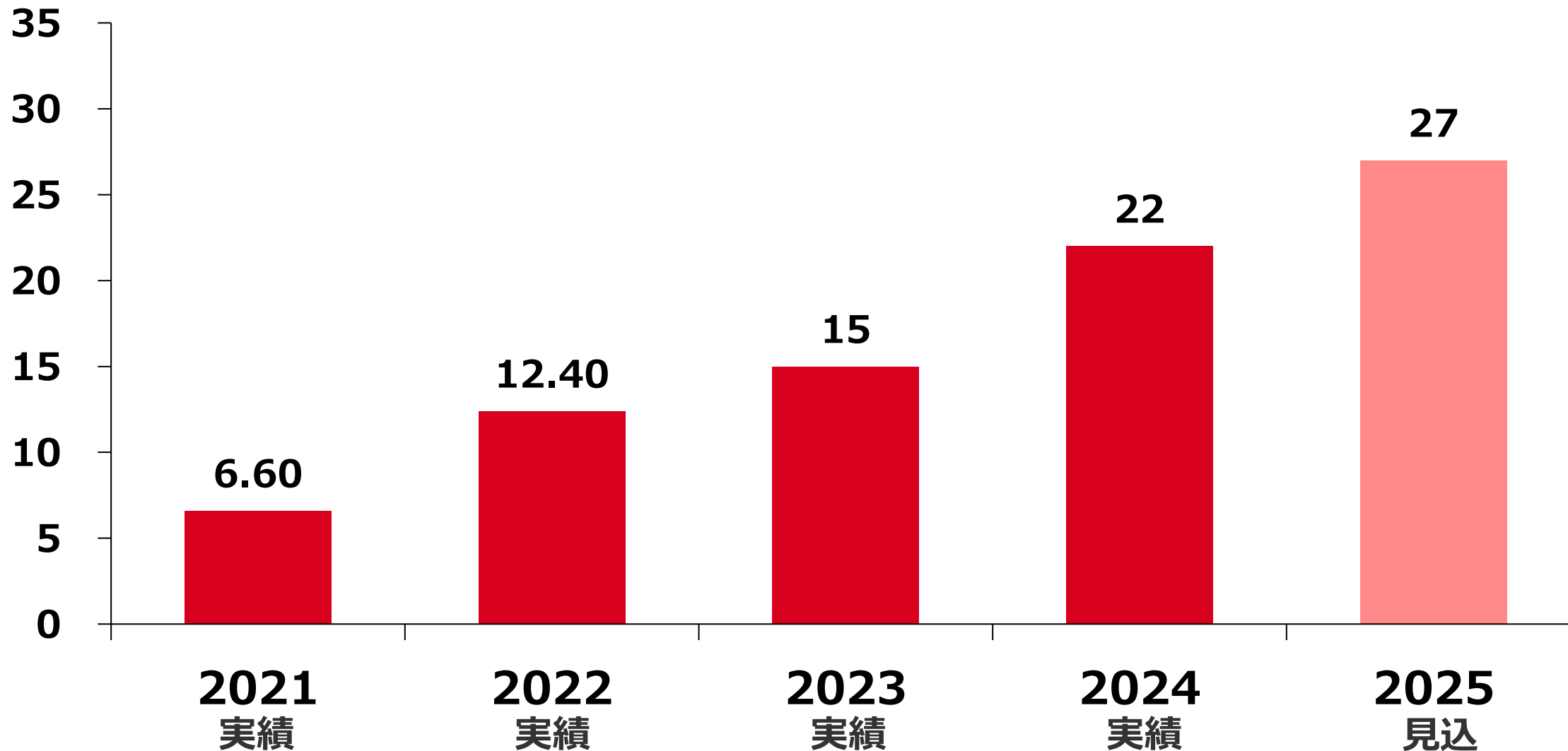
当期純利益通期見通し
854 (百万円)

※12月決算
※金額は小数点以下切捨て、比率は四捨五入表示

03-12. 年間配当の見通し（支払い年ベース）

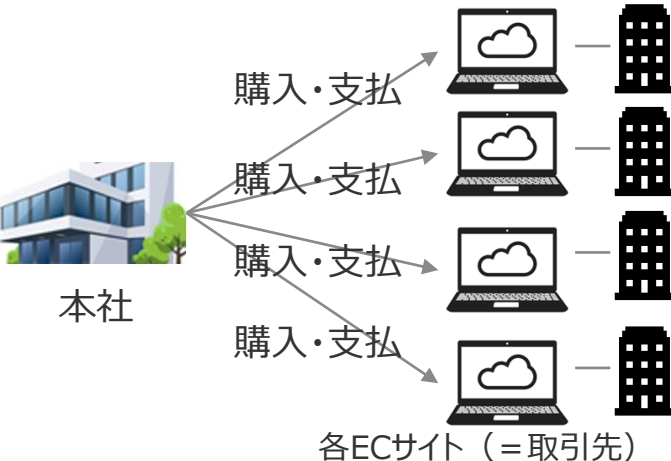
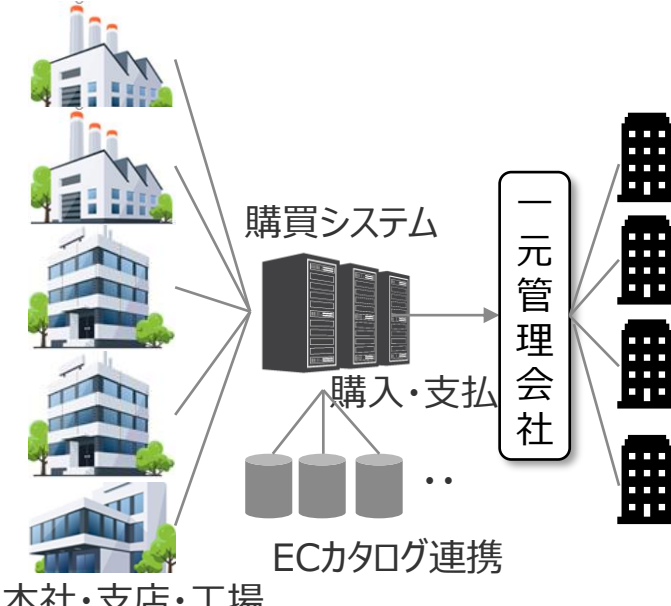
(円/株)

2025年支払いベースで配当性向3割に到達の予定



04. トピックス MRO事業の中核、大企業向けビジネス

04-1. MRO購買における顧客の特徴

顧客	顧客が重視するポイント	特徴	イメージ図
<p>中小事業所</p>	<ul style="list-style-type: none"> 旬な商品 価格 納期 	<ul style="list-style-type: none"> 商品、価格、納期などに応じ、複数のECサイトを使い分け 支払は請求書単位で個別に実施 購入申請・承認などの購買プロセスはあっても簡易に構築 	
<p>大企業</p>	<ul style="list-style-type: none"> 取引の適正化 (内部統制の徹底) 事務プロセスの効率化、管理業務の省人化 サプライヤー管理負担の軽減 	<ul style="list-style-type: none"> 購買プロセスの管理機能確立 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 購買実績 (誰が、いつ、何を他) の記録 ✓ 申請・承認プロセスを自社都合に合わせカスタマイズ ✓ 購買対象 (可能) 製品の制限 自社システムとの連携による自動化 支払、問い合わせ窓口の一元化 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存仕入先や有力ECサイトも一元化 ✓ 自社検収基準での支払に統一 	

04-2. 大企業との取引開始に至るまでの一般的なプロセス

引き合い

- 既存顧客からの紹介
- マーケティング活動（リスティング広告、ダイレクトレター、セミナー、システム活用提案）

商談開始（コンサルティングフェーズ）

- 顧客に対して、現状課題、目指すべき姿等のヒアリング
- 秘密保持契約を締結した上で顧客の現状把握のために購買実績分析
- 顧客の課題を解決し、目指すべき姿を実現するための最適解を提案

顧客検討（顧客検討フェーズ）

- 提案内容の具体的検討
- 改善効果シミュレーション
- 他社との比較

成約（内示）

- 内示書の取り交し
- 導入プロジェクト詳細スケジュール、プロジェクト体制等の説明

導入プロジェクト開始（提案内容具現化フェーズ）

- 顧客システムとの接続開発、カスタマイズ対応、ユーザー説明会、サプライヤ説明会など利用開始する為の準備

利用開始

1か月半
～3か月

2か月
～18か月

2か月半
～18か月

正式商談開始からサービス 利用開始までの期間

標準APMROの単体利用
→ 半年

他のシステムとの接続利用
→ 1年～1年半

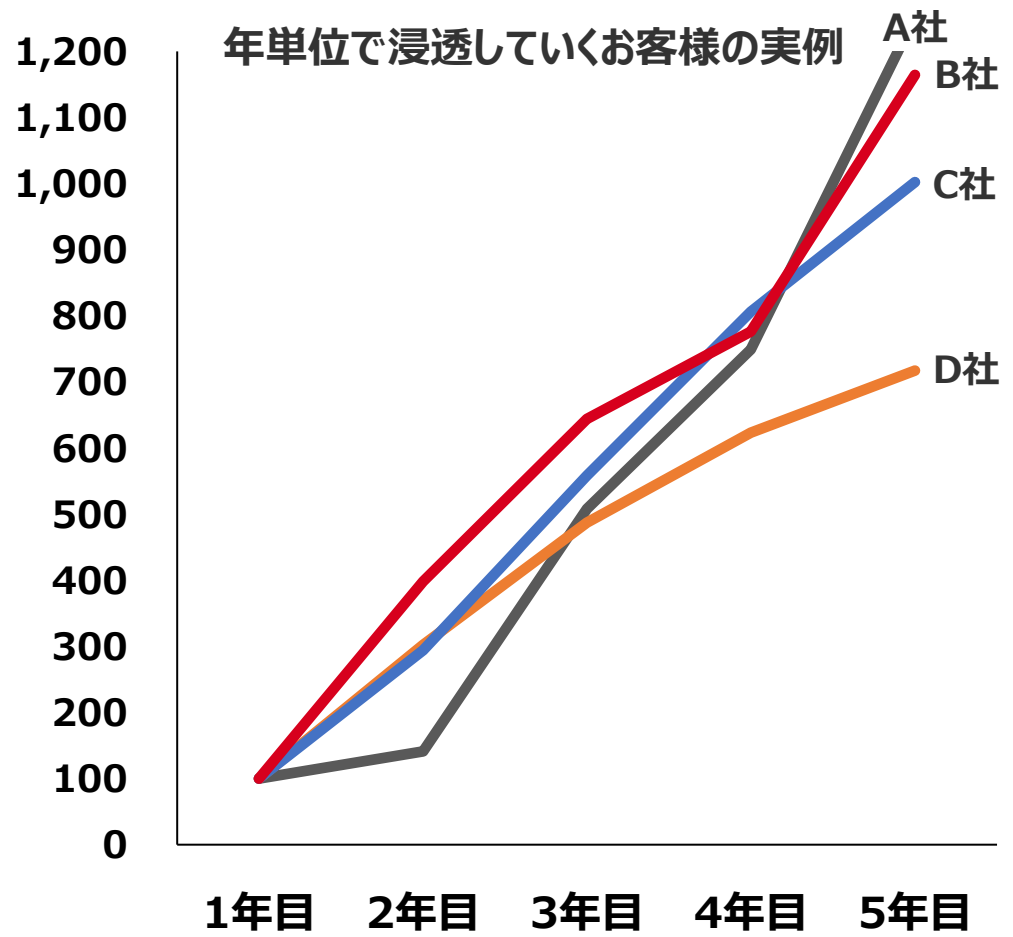
顧客専用のカスタマイズや新
機能の追加開発
→ 1年半～2年半

※利用開始までの時間が長くなるのは、単純な開発期間だけでなく、採用までの比較検討期間や仕様確定までの要件定義の期間が長引くためです。

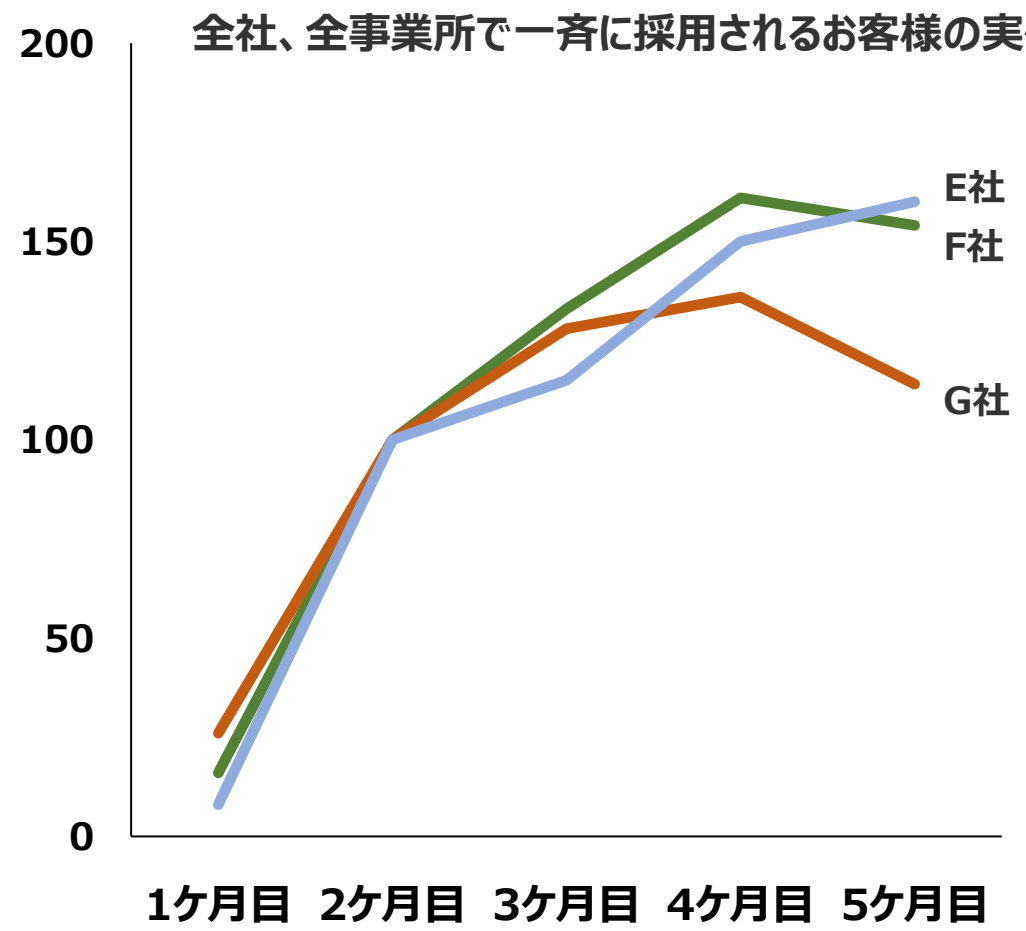
04-3. 新規顧客グループへの当社サービスの浸透速度

お客様の方針次第で、年単位で普及・浸透していく場合と、垂直に立ち上がる場合に分かれる

採用初年度の売上を100とした場合の売上成長率

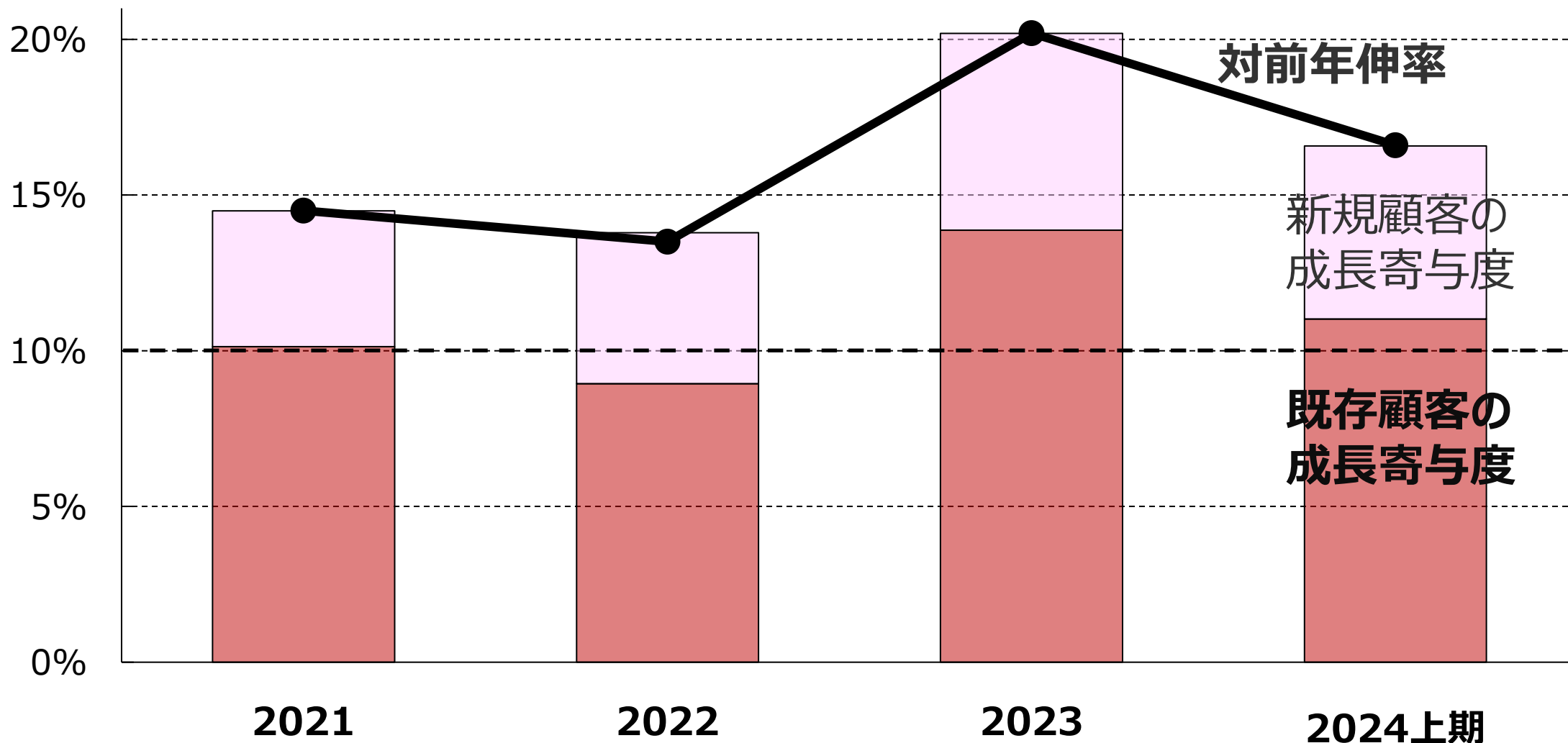


採用2ヶ月目の売上を100とした場合の売上成長率



04-4. 大企業向けMRO事業の成長要因

サービス開始から3年目までを新規顧客期間と見做し、当該顧客向けの3年間の売上を新規顧客の寄与と定義





Alpha
Purchase