



アルファ Presentation (4760)

2024年8月期 第2四半期決算説明資料

令和6年4月15日



(東証STD:4760)

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

2024年8月期 2Q決算総括(1):業績

■ **24/8期(42期)2Qの業績:増収・増益(経常利益118百万円):** 新型コロナが5類に移行され人流は回復。物価上昇に名目所得が追いつかず消費動向は低迷した中で、製造業を中心に販売促進予算が復活。小売店各社は厳しい環境が続くが、メーカー主導での販促活動の活性化により、期初予想を上回る増収・増益となった。

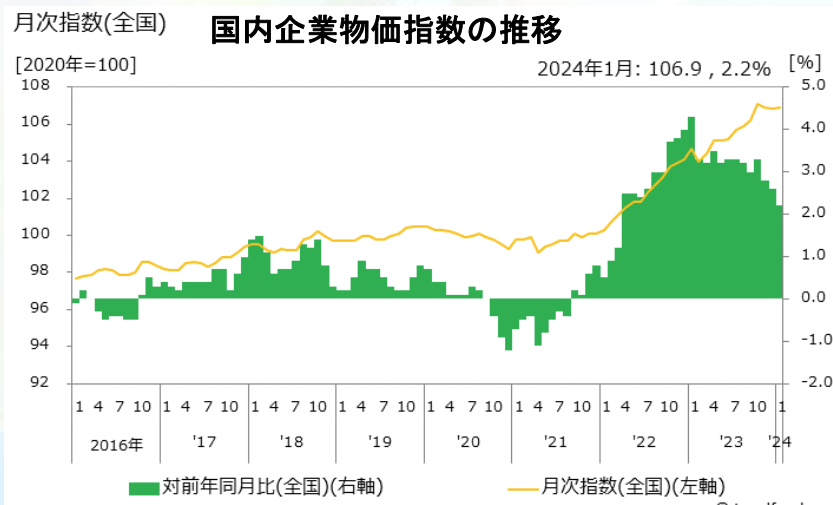
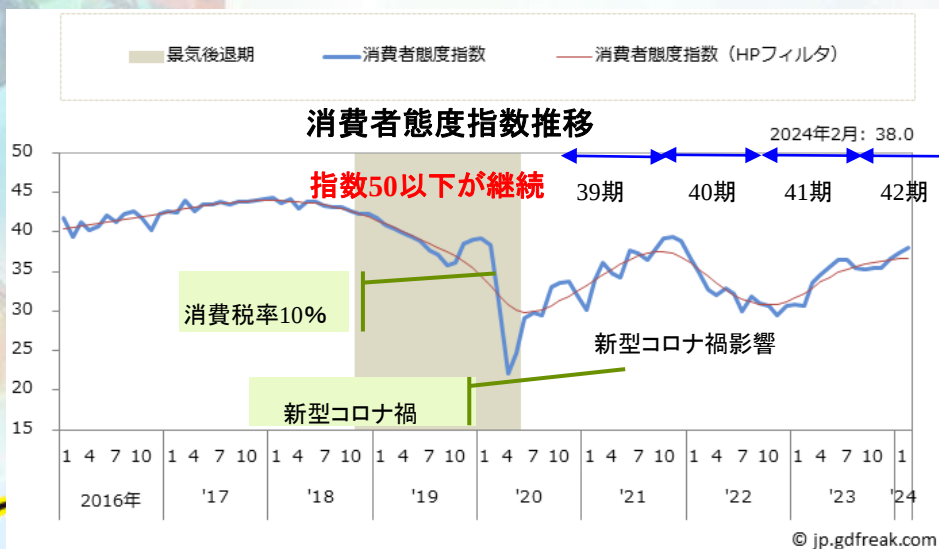
売上:3,199百万円(前期比+17.3%)

経常利益:118百万円(前期実績▲111百万円)

■ **24/8期(42期)通期業績予想:**現時点では、通期業績予想は変えず、引き続き製造業向け販促の更なる強化とデジタルPOPの推進を進めると同時に、アルファ本来の営業力を再度復活させ中堅・中小向け販促営業をデジタルPOP活用と複合し業容の拡大を図り、通期での増収・増益(黒字化)を必達。

売上:5,830百万円(前期比+8.4%)

経常利益:40百万円(黒字化)



2024年8月期2Q決算総括(2):事業・施策

■ 販促キャンペーン(前期比+34.5%): 上期は物価上昇に対し実質賃金がマイナスの状況が続く中、大都市圏を中心に製造業の消費喚起に向けた販促が回復傾向となり、販促キャンペーンは前期比34.5%増と好調に推移。下期も4月以降の賃金UPによる消費回復に向けた販促キャンペーンは継続するものと期待。

■ ノベルティ(前期比+18.5%): 販促キャンペーン同様に、製造業を中心に消費喚起に向けたノベルティ需要が回復し前期比2桁増の伸びとなった。下期も需要は続くものと思われ更なる伸長を狙う。

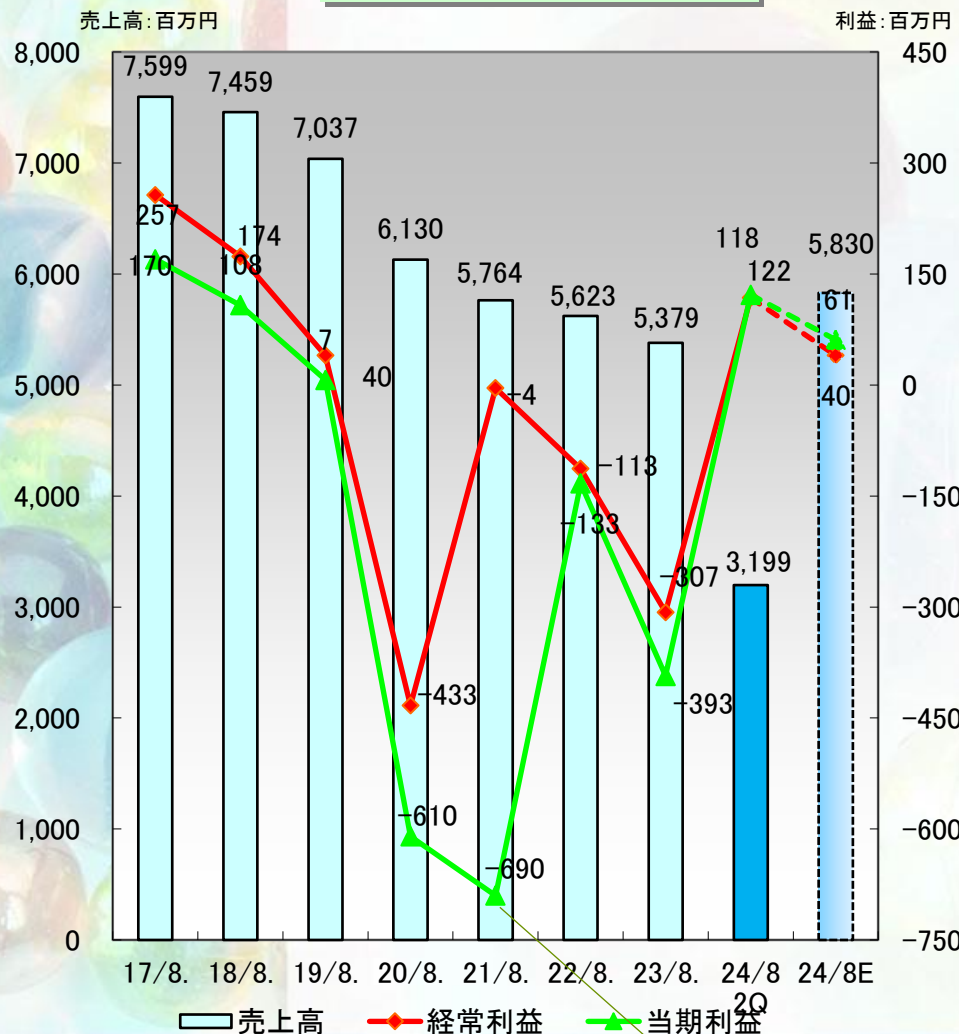
■ POP GALLERYオンライン(前期比+10.3%): POPデジタル・サービスであるPOP GALLERYオンラインは、大手チェーン小売店から全国の中小零細までの小売店が主力顧客であり、消費環境が厳しい中でも消費促進に向けたPOP等のニーズが回復し前期比+10.3%の伸びとなった。既存顧客に加えYahooや楽天等の外部大手ポータルサイトからのPOP GALLERYへの送客を促進し、更なる売上向上を目指す。

■ POP作成アプリ「POPKIT」: 法人向け、個人向けSaaSビジネスモデルで、個人向け有償契約者数は10,000件達成に向け販促等を実施予定。BtoBもID数を伸ばし1,000件突破に向け下期拡販し、連結での業績寄与に弾みをつける。

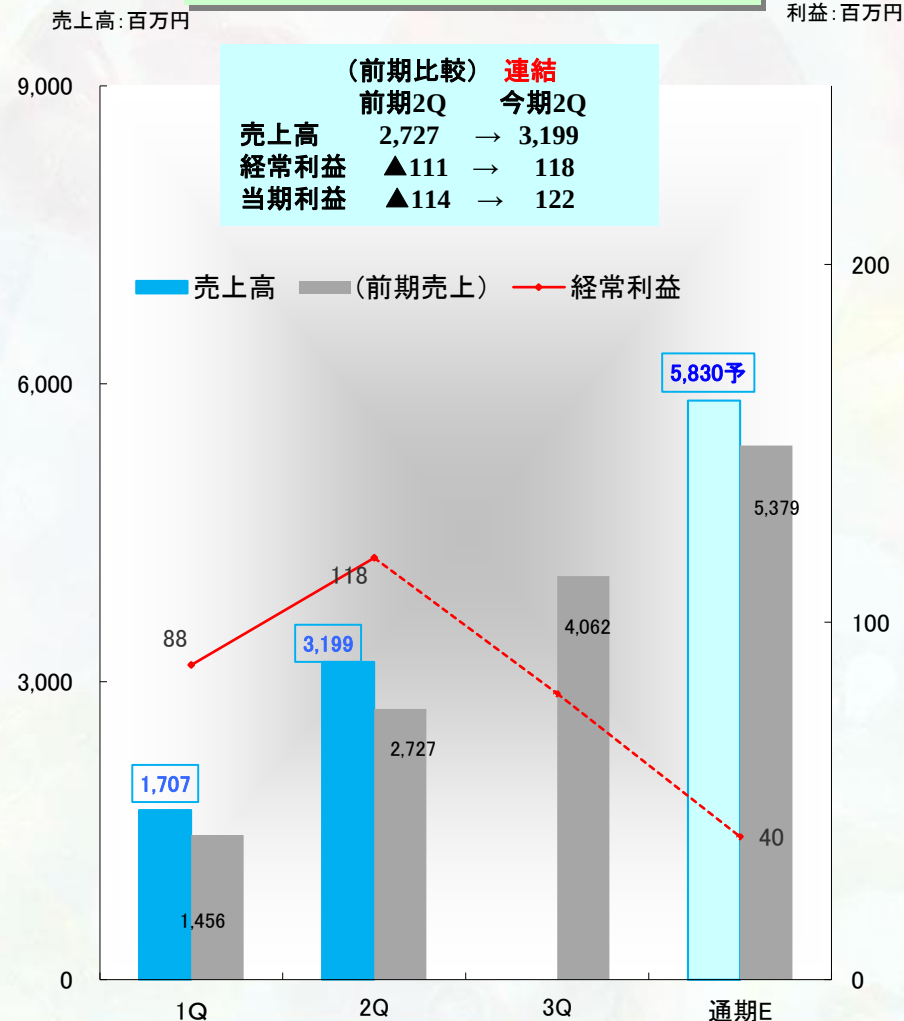
■ 子会社オーケー企画は、仕入れ原価の上昇分が十分に価格転嫁できず、上期は営業赤字であるが、不動産の売却により、通期は純利益ベースで黒字化を目指す。

2024年8月期2Q : 連結業績推移(連結)

通期業績推移



2024/8期 累積業績推移



2024年8月期(第42期) 2Q連結決算(損益計算書)

決算結果のポイント

～製造業を中心に販促需要が回復し増収・増益(黒字化)～

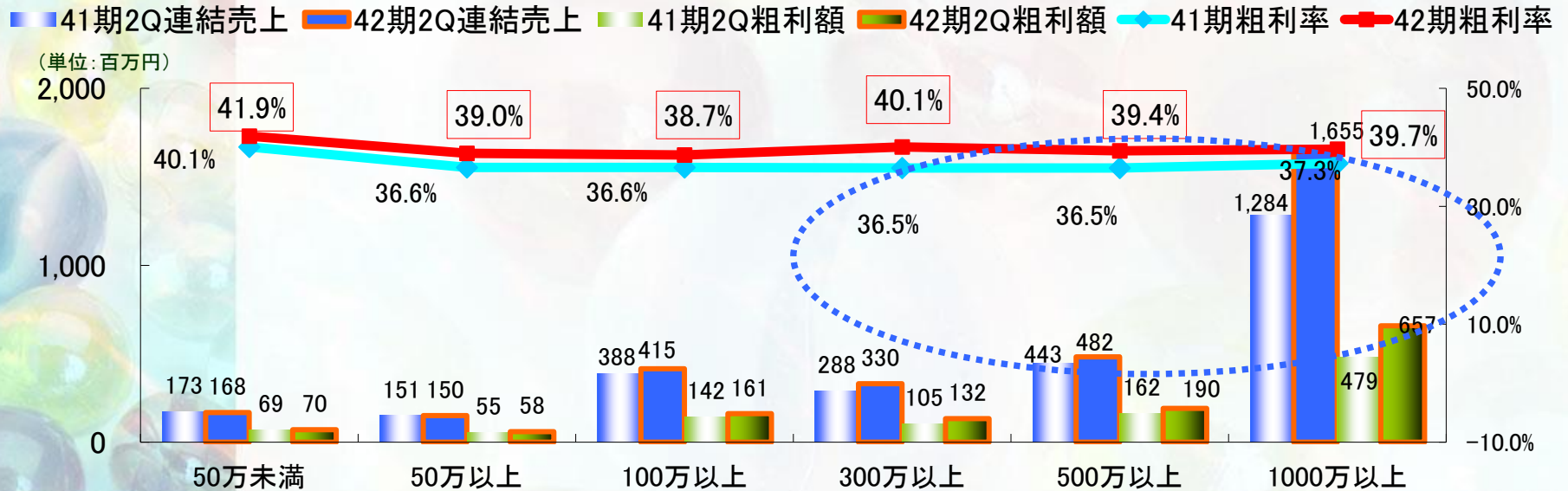
- 売上高は製造業を中心に販促需要の回復、また対面営業強化により前期比+17.3%増、粗利率も改善し、営業利益は123百万円と黒字化を達成。
- 上半期は物価上昇の中で、大都市圏を中心に消費喚起に向けた製造業の販促キャンペーン、ノベルティ等の需要回復により全体を牽引。小売業は厳しい状況の中で、デジタルPOPの拡販施策も回復基調となり、全社的に増収となった。

(単位:百万円)

連結	23/8期 2Q実績	24/8期 2Q実績	前期比%	要因
売上高	2,727	3,199	17.3%	アルファ単体2,984百万円(前期比+431百万円)
売上総利益	1,012	1,268	25.3%	
売上総利益率%	37.1%	39.7%	-	全体粗利率+2.6ポイント
販売一般管理費	1,151	1,145	-0.5%	
営業利益	-139	123	-	
営業利益率 %	-5.1%	3.8%	-	
営業外損益	27	-5	-	貸倒引当金戻入金20百万円
経常利益	-111	118	-	
経常利益率 %	-4.1%	3.7%	-	
当期純利益	-114	122	-	

* 当期純利益＝親会社株主に帰属する当期純利益

継続重点施策：大口顧客への深掘りの提案（連結）



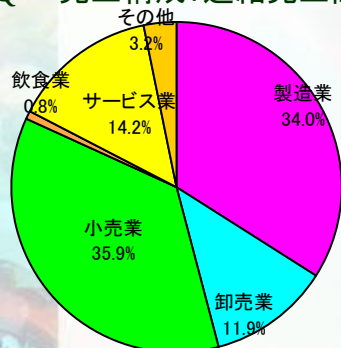
■ 売上高においては、100万円以上で前期を上回り、特に1,000万円以上の大口で大幅な売上増となり全体を牽引した。粗利率については、全ての売上区分で前期以上の粗利率を確保することができた。1,000万円以上の大口の粗利額は178百万円増と大きく貢献。

業種別販売実績：連結ベース

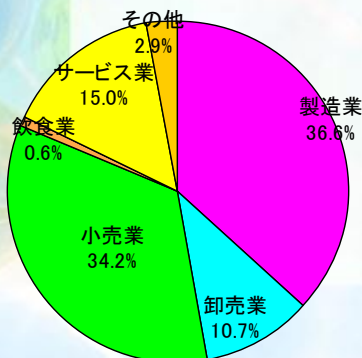
- 連結ベースの業種別売上高は、製造業向けの販促キャンペーンが大幅な増収となり、製造業の売上比率が前期比で2.6ポイント上昇。サービス業の売上構成も増加となった一方で卸売業と小売業の構成割合が減少。
- 連結ベースの取り扱い件数は、昨年とほぼ同様の2,198件となった。内訳の中で特に製造業での件数が増加し、これが単価も引き上げにもつながり全体の売上増に貢献。売上単価は1,455千円と前期比+17%となった。

業種別売上高

23/8期 2Q 売上構成：連結売上高 2,727百万円

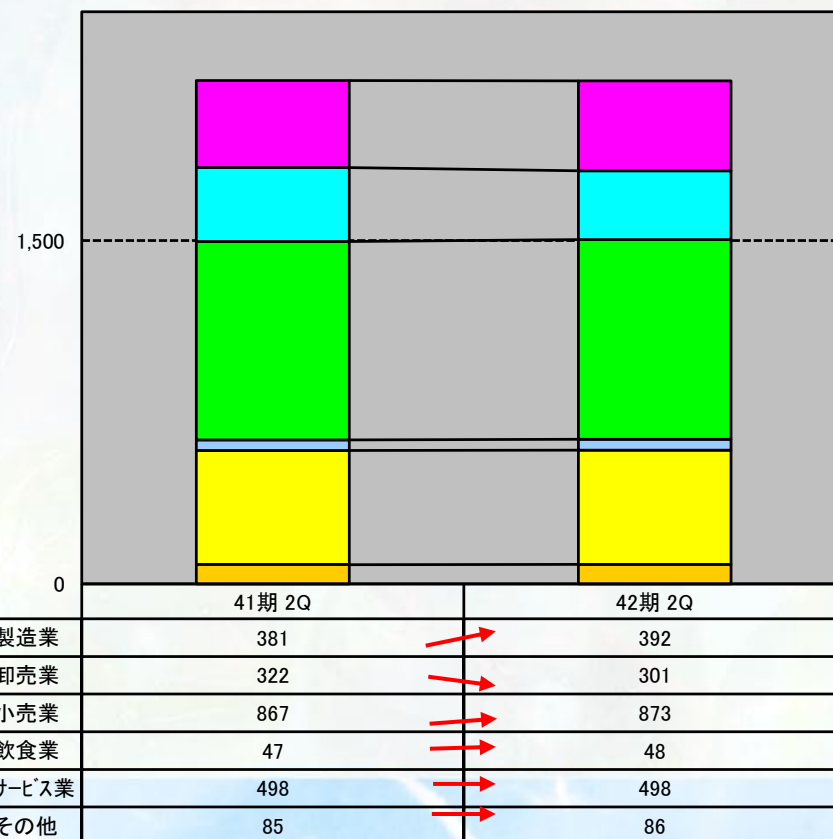


24/8期 2Q 売上構成：連結売上高 3,199百万円



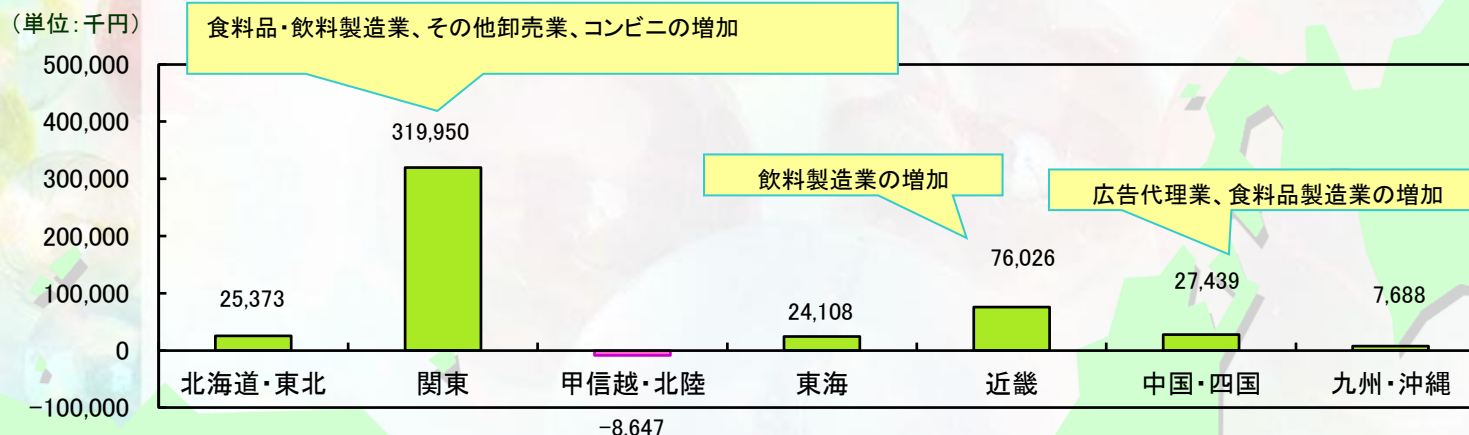
業種別取扱い件数

(件)

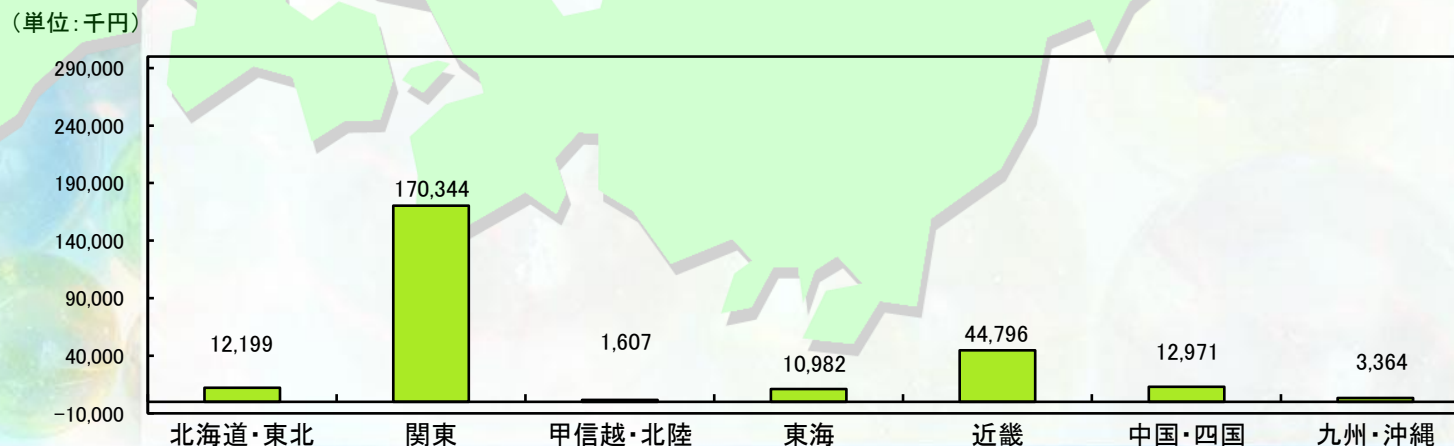


地域別売上高・粗利額推移：連結ベース

【売上高(対前年同期比増減額)】



【粗利額(対前年同期比増減額)】



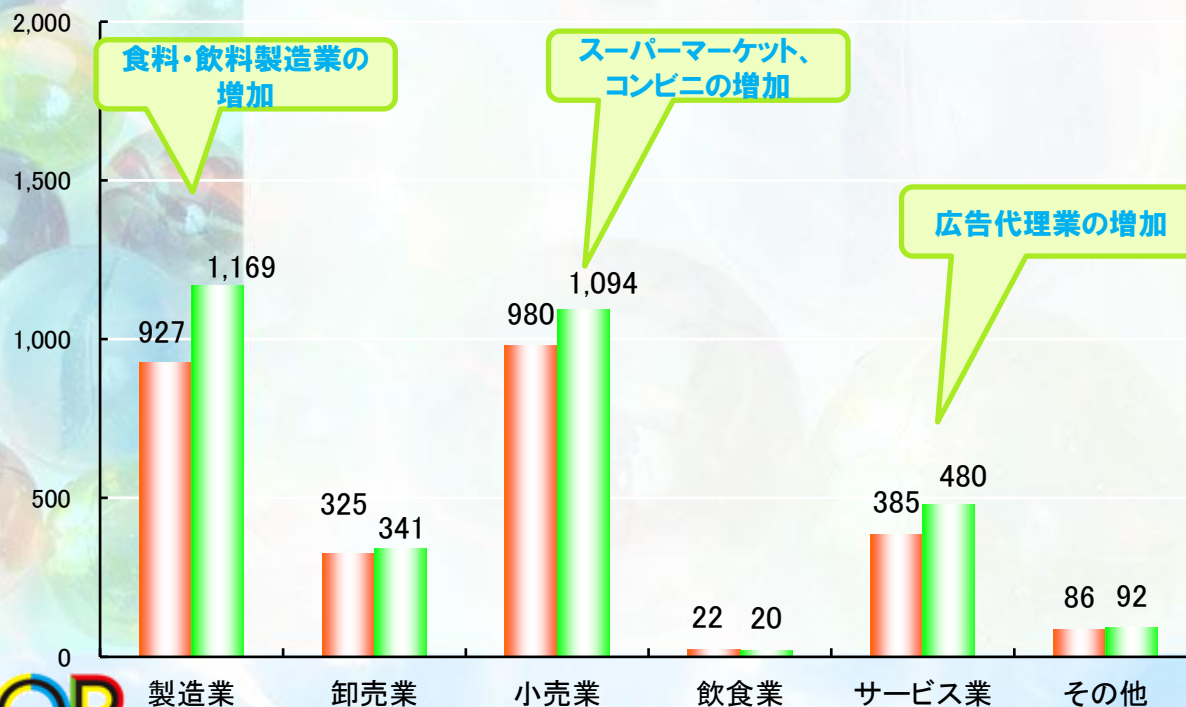
業種別取引先件数：(連結)

- 業種別売上高では、飲食業を除いてすべての業種で前期を上回り、特に食料・飲料製造業の伸びにより製造業の増収額(242百万円)が大きかった。小売業も増収となりスーパーマーケット、コンビニエンスストアが貢献。
- 全体取引先件数は、前期とほぼ同様となったが、売上単価は製造業の貢献により、単価1,239千円から1,455千円と大幅UPとなった。

業種別売上高

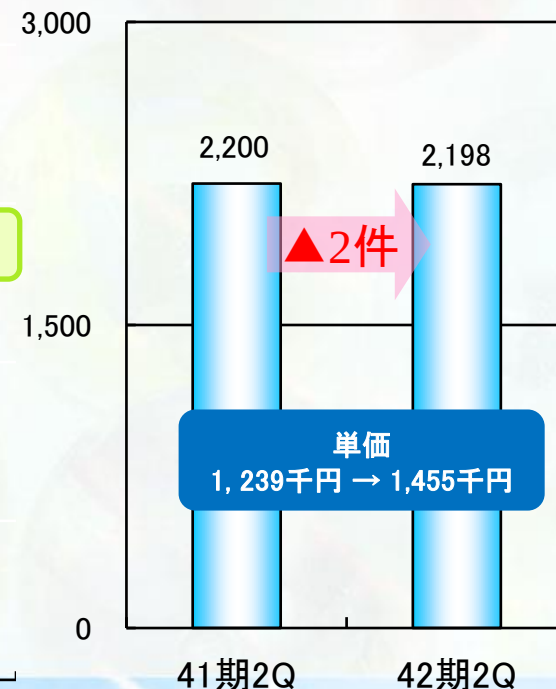
(百万円)

41期2Q 売上高 42期2Q 売上高



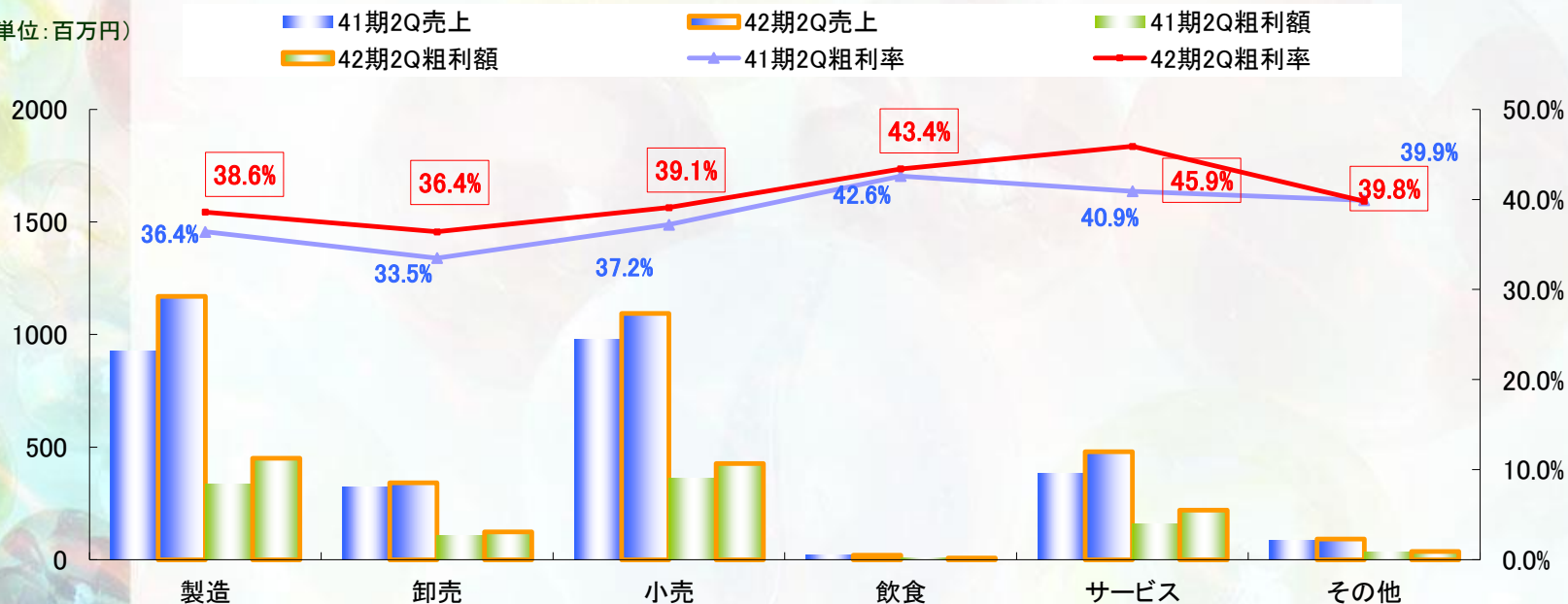
取引先顧客数

(件数)



業種別：売上高・粗利推移 (連結)

(単位：百万円)



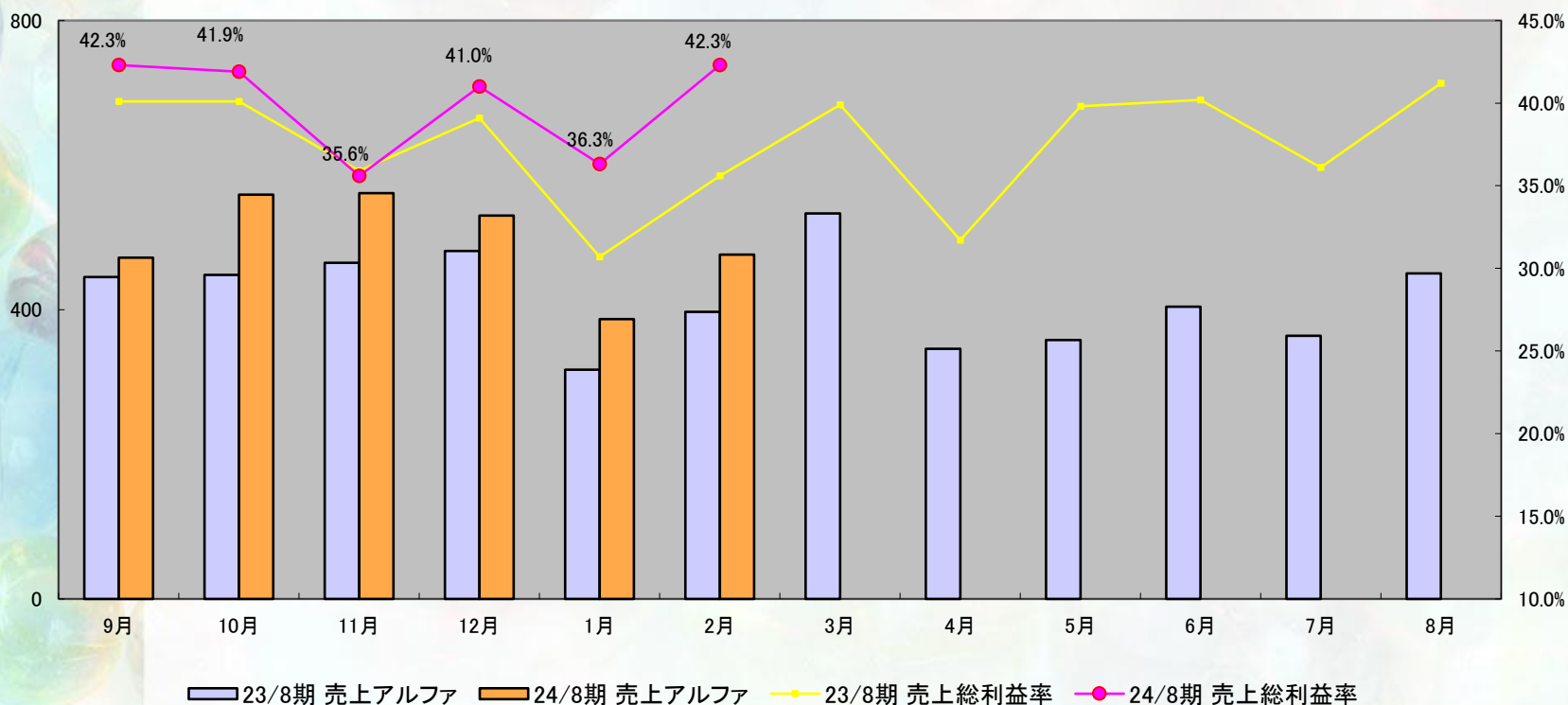
■ 売上においては、飲食業を除き全業種において前期を上回り、粗利率については、その他を除いて全業種で前期を上回る結果となった。

月次売上高・粗利率推移： アルファ単体

■ アルファ単体の月次売上高・粗利率推移

- ・ 売上高は、上半期は毎月前期を上回る売上となり、粗利率も前期を上回って推移。
- ・ 下期もこのペースを維持し、増収基調、粗利率改善を継続。

(単位:百万円)

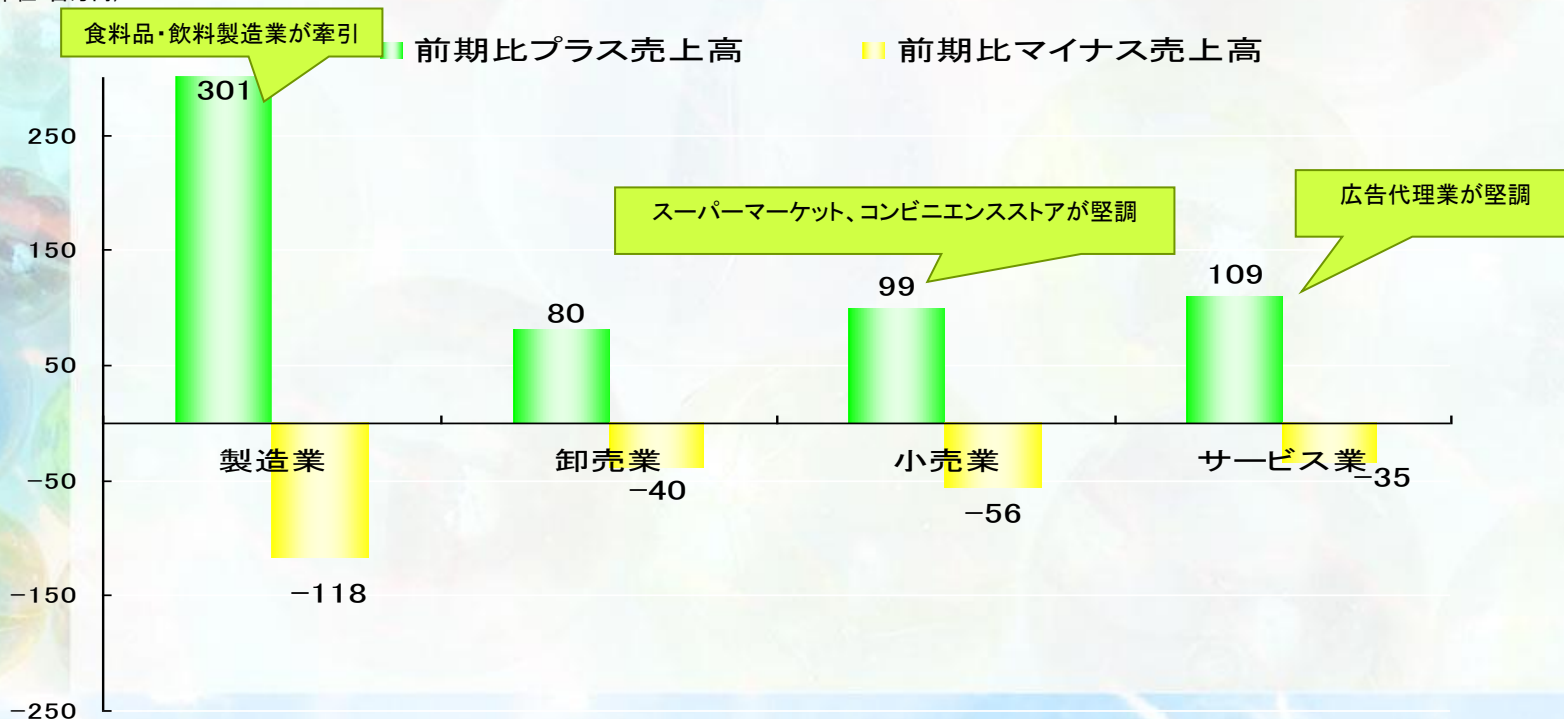


300万円以上増減ベースでの業種別実績: アルファ単体

- 売上のドライバーである、300万円以上売上の顧客の囲い込みを継続実施。
- 全業種で純増となった。特に製造業においては食料品・飲料製造業の増収が大きく貢献。小売業はスーパー、コンビニの増収、サービス業では広告代理店が増収貢献となった。

前期比との差額で、300万円以上取引先の業種別内訳

(単位: 百万円)



2024年8月期： 2Q連結 B/S & CF

■ 自己資本比率25.8%、フリーキャッシュフロー211百万円

(単位:百万円)

(単位:百万円)

連結	23/8期末	24/8月 2Q末	コメント	23/8期 2Q	24/8期 2Q
流動資産	2,317	2,582		営業キャッシュフロー	-126
現金・預金	961	1,099		投資キャッシュフロー	-18
受取手形・売掛金等	863	991		フリーキャッシュフロー	-144
製品・商品	398	419		財務キャッシュフロー	126
その他	95	73		現金・現金同等物期末残高	561
固定資産	1,478	1,416			
有形固定資産	760	760			
無形固定資産	9	11			
投資その他資産	708	645	退職給付に係る資産472M		
資産合計	3,796	3,998			
流動負債	2,056	2,300			
支払手形・買掛金	522	596			
短期借入金	970	1,170			
一年以内返済予定長期借入金	235	217			
未払法人税等	13	2			
賞与引当金	38	35			
その他	278	280			
固定負債	760	664			
純資産合計	979	1,033			
自己資本比率%	25.8%	25.8%			
負債・資本合計	3,796	3,998			

フリーキャッシュフローは 211百万円		
【営業キャッシュフロー】 26百万円		
税引前当期純利益 113百万円		
減価償却 4百万円		
売上債権増-仕入債務増 ▲63百万円		
【投資キャッシュフロー】 185百万円		
定期預金の減少 150百万円		
その他 42百万円		
【財務キャッシュフロー】 76百万円		
長・短借入金純増加額 77百万円		



第42期の事業戦略 & 業績予想



アルファの目指す事業領域と戦略概念図

アルファグループ — 伝える・伝わる・笑顔になる —
株式会社 **アルファ POPKIT** 株式会社 オークー企画

～持続可能な消費生産形態の確保～

SUSTAINABLE DEVELOPMENT **GOALS**



私たちアルファグループは

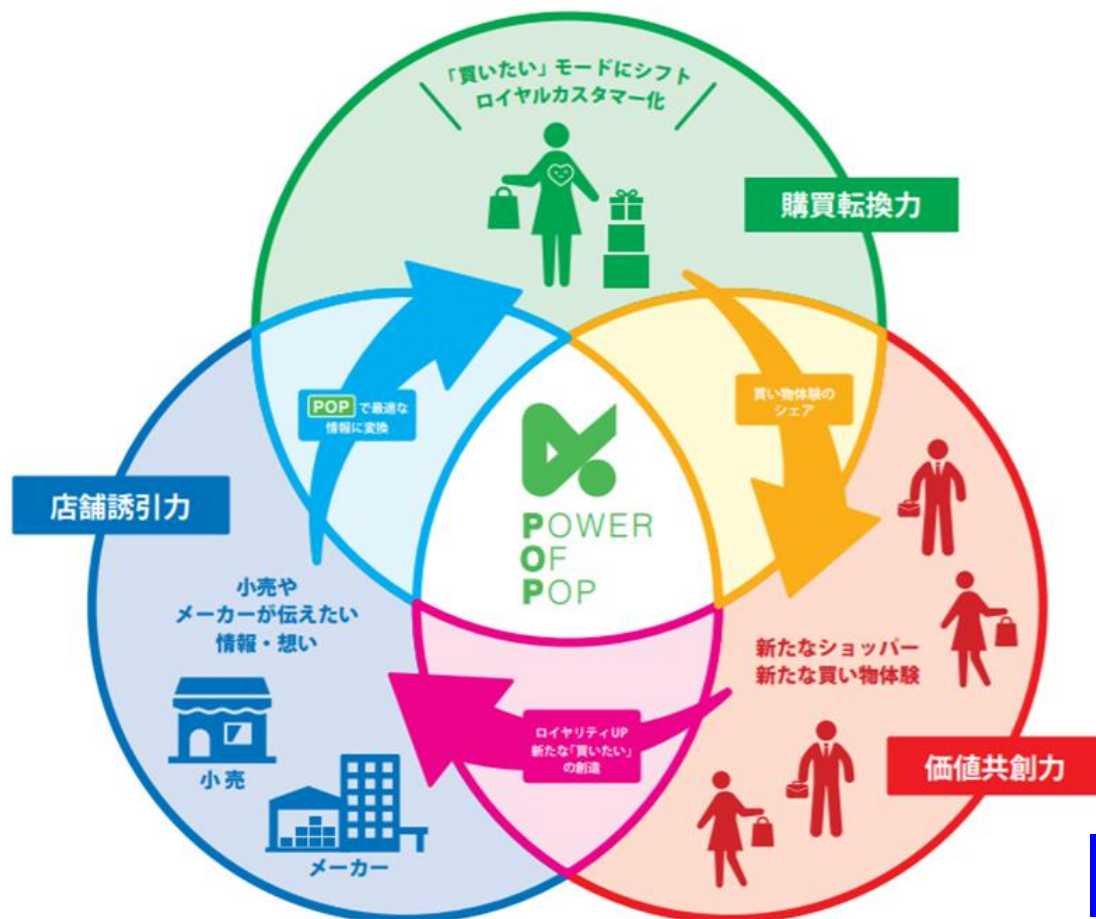
POWER OF POP
伝える・伝わる・笑顔になる

店舗誘引力 購買転換力 価値共創力

で未来にわたって

「買いたい」を作り続けることに挑み、
ショッパーの楽しい買いモノ体験、
消費者の楽しい消費生活を創造し、
明るい社会の実現に貢献します。

POPのDX化を推進



2024年8月期：重点施策 ～本来の営業力強化✕DX化を推進～

1. アフターコロナで、中堅・中小向け営業を強化し、顧客基盤の再構築。顧客には、デジタルツールの活用を推進

●好調に推移！
下期更に拡大！

- 1) 全既存顧客への再営業実施と新規営業強化
- 2) POP GALLERYオンライン、POPKITのデジタルPOP活用推進

POPKITは、BtoB、BtoC拡販し**収益貢献化**

POP作成の業務効率化 国内最大級！総合販促品サイト
POPKIT POP GALLERY
オンラインショップ

- 3) 顧客拡大とPOP GALLERYオンライン活用拡大による**収益貢献化**

2. 大手企業向けにデザイン・企画力・販促キャンペーンによる売上拡大と収益性向上を推進し、V字回復と黒字化を死守！

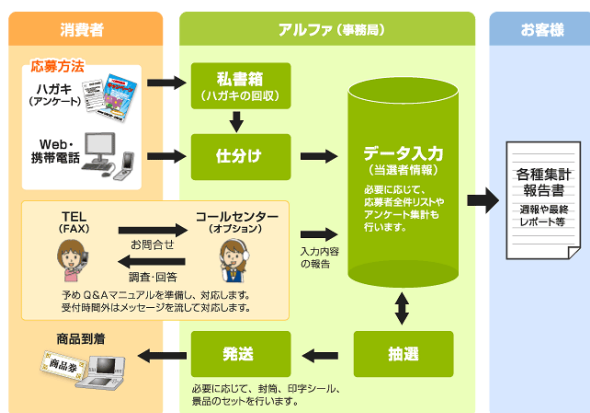
●好調に推移
下期も継続
拡販！

- 1) 各種イベント再開に向けたノベルティ、販促キャンペーン強化
- 2) デザイン・企画料の役務収益の拡販
- 3) SDGs関連サービス提供による、地域流通の活性化
- 4) 流通業の出店再開による子会社オーケー企画の収益貢献化

アルファ: 販促キャンペーン拡大へ

・独自の「クローズドキャンペーン」上期大幅増、下期も継続へ
(前期比+34.5%、粗利率46.0%)

- ◆ 企画・景品・POP・デザイン・事務局運営を一貫サービス
- ◆ POP製品に加え企画・デザイン・事務局運営の役務収益!
- ◆ 機動力と総合運営力が強み



月間件数: 2023/8期; 157件 → 2024/8期2Q; **177件**

単価: 617千円 → **707千円**

今期は、月間200件/月を回復!

SNS活用のモバイルゲット & トークdeゲット

スマホ・PC・タブレットから応募できる！

カンタンに低料金で実施できる、
モバイルキャンペーンのパッケージサービス



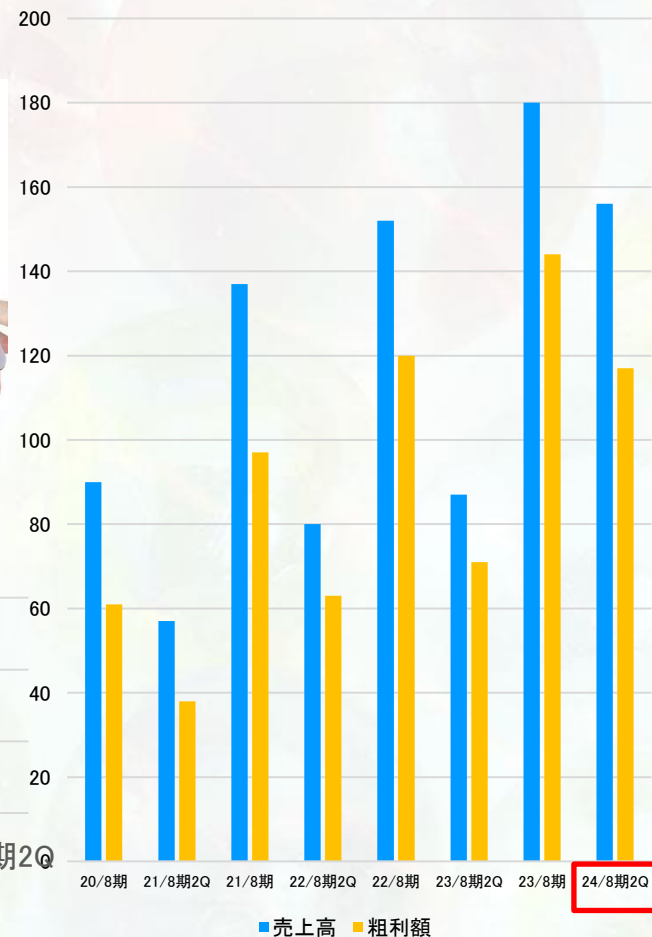
LINEでキャンペーン応募「トークdeゲット」は、
LINEのトーク画面で応募ができる
キャンペーンシステム

LINEでキャンペーン応募！
TALK de GET
トークdeゲット

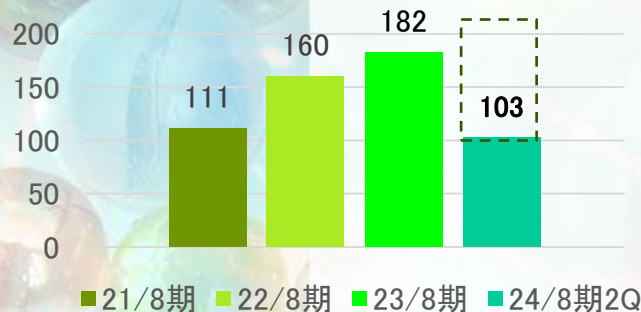


(百万円)

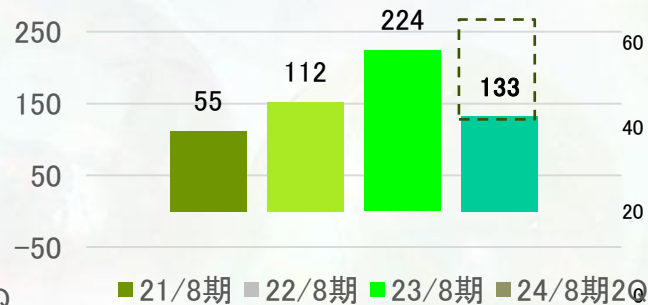
デジタルキャンペーン



モバイルゲット件数

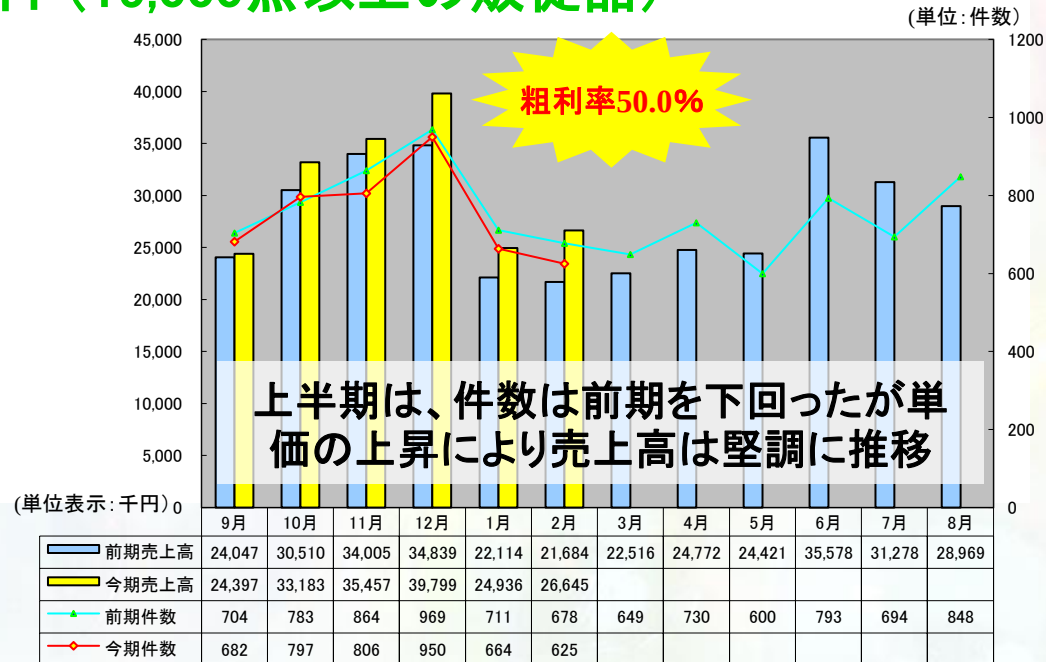


トークdeゲット件数



e-コマース強化:POP GALLERYオンライン(EC比率UP)

- ・ アルファオンラインショップ「POP GALLERY」: e-コマースの拡販
～ 日本最大級の販促通販サイト(15,000点以上の販促品) ～



中期的には売上高の**10%構成比**へ
(2月期末 5.8%)

～外部ECサイト連携を拡充～

- 顧客利便性
- 受発注コスト削減
- 高い利益率
- CRM基盤づくり

POP GALLERYオンライン 強化策

国内最大級！総合販促品サイト

POP GALLERY

オンラインショップ

大口得意先専用サイト

- ・クローズドサイト
- ・承認機能 / 代理店価格

一般顧客サイト

- ・会員ランク
- ・ポイント制
- ・クーポンキャンペーン

外部サイト送客強化

- ・ 大口顧客専用サイトと一般顧客向けサイト
- ・ 代理店(FC)価格機能を追加
- ・ SEO機能強化
- ・ プロモーション機能、CRM機能強化
- ・ 会員ランクに応じた割引率機能
- ・ ポイント制によるリピート顧客促進機能

粗利率のUP

日本初のPOP作成アプリ **POPKIT** 事業拡販

■誰でもカンタンにプロクオリティのPOPが作れる日本初のPOP作成アプリ、**54万ユーザー突破**



誰でもフリーで使える無料版POPKIT

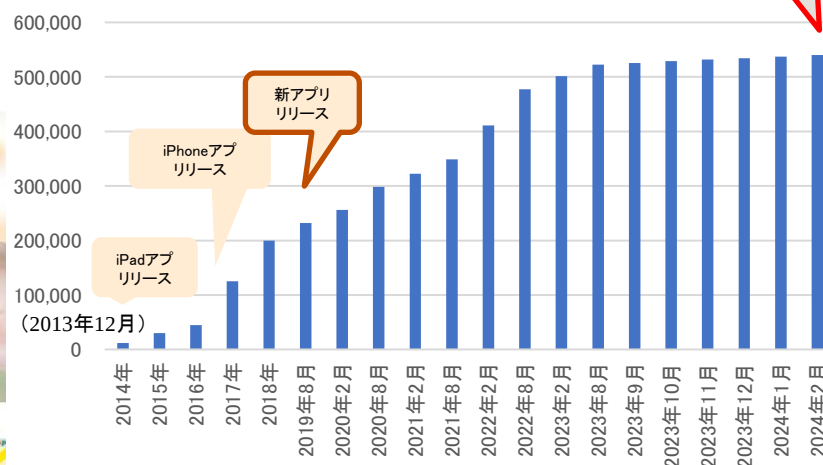
iPad版
アプリ版



iPhone版
WEB版



個人版アプリ会員数推移



POPKITを利用するメリット

1. 誰でも簡単にPOPが作れる
2. 場所・時間を選ばず作れる
3. 作成の手間と費用を大幅削減

POPKIT: BtoB、BtoC (月額サブスクリプション)

- ・ BtoB向け月額販売を本格拡販 (月2,980/1 ID)
- ・ BtoCは、フリープランと有料のエンジョイプラン (月500円)

	個人版 BtoC	法人版 BtoB
ターゲット	店舗で働く個人	店舗展開している法人
ユーザーメリット	アプリ版 WEB版 購入コンテンツ拡充 500円/月で購入可能	アプリ版 月額2,980 円 /1ID

BtoC向け新アプリ



BtoB向けオンデマンド印刷



POPKIT: BtoC (アプリリニューアル)

- ・ **昨年9月27日プレリリース 大ヒット!!!**
- ・ WEB版「POPKIT for WEB」と様々なデバイスでシームレスに使える。



POPKIT® for APP

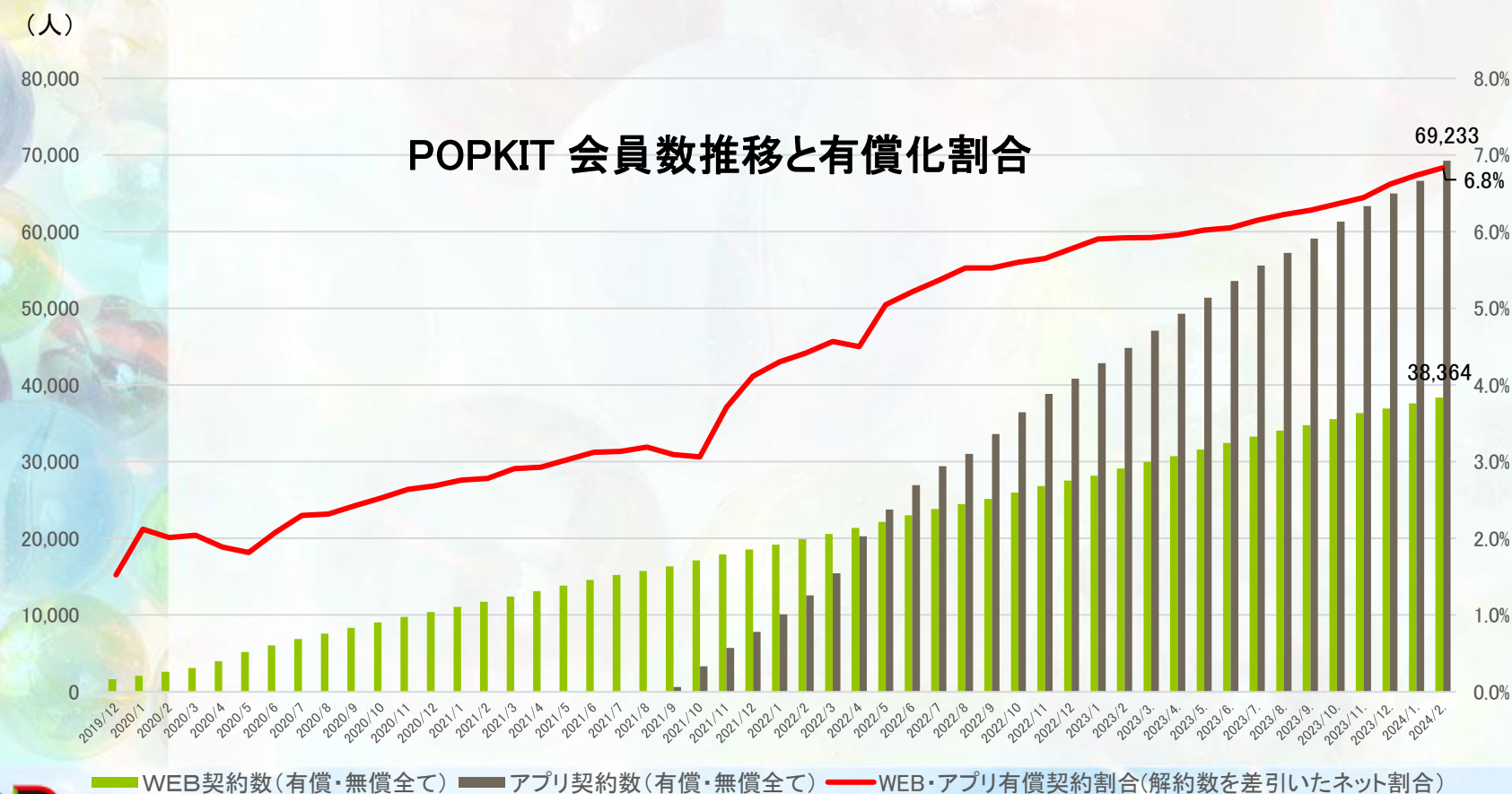


- ① iPhone-iPad-PCでデータ共有
- ② POP素材使い放題の新プラン
- ③ データ全てクラウド上で保管
- ④ その他、便利機能追加
- ⑤ **API連携可能機能**



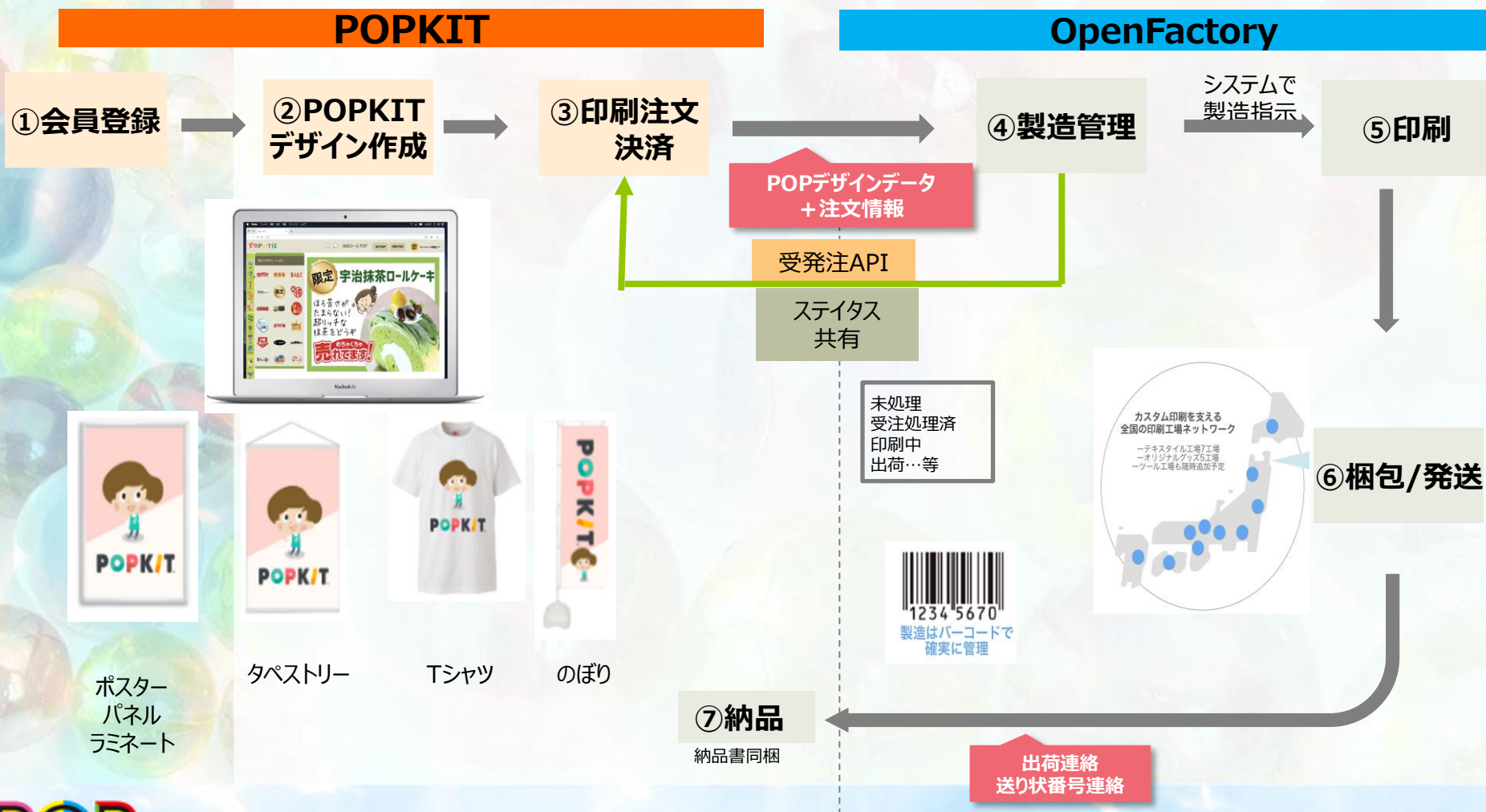
POPKIT 個人向け会員の伸び

- 2021/9月より、WEBに加えアプリをリリース
- アプリ利用の急速な伸びと、有料化率の飛躍的向上
- アプリ契約数がWEB契約数を逆転。



中期的に、DXを活用した生産オペレーションを構築

- ・作成されたデータを印刷機まで人を介さず、システム上のデータ情報の受け渡し。
- ・1枚から発注できる生産システム



持続可能な社会に向けた 「食品ロス削減プログラム」への取組み(1)

食品ロス削減事業のパイオニア企業

ASHE
Inc.

株式会社アッシュエ

パートナー



POP広告のプロ集団
買い物コミュニケーション活性化集団

アルファ

株式会社アルファ

アッシュエが企画・運用する
「食品ロス削減プログラム」を、協業で拡大することで
SDGsで掲げられた目標に貢献



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

11 住み続けられる
まちづくりを



12 つくる責任
つかう責任



持続可能な社会に向けた 「食品ロス削減プログラム」への取り組み(2)

もぐもぐチャレンジ

(企画・運用: 株式会社アツシエ)

商品に貼られている「もぐもぐシール」を目印に、賞味・消費期限が迫った商品を先にもう一つ買ってもらうことで、売れ残り捨てられてしまう食べ物を減らすための取り組み。「もぐもぐシール」を集めることで寄付や抽選など、様々な取り組みに参加でき、気がつけば自然と食品ロス削減に繋がる、お客様参加型プログラム。



思いやりあのある地域循環型社会へ

『もぐもぐチャレンジ』は、
全国のスーパー320店舗で実施中



サニット

youme

youme
マート

SUNNY MART

SunShine

末広

セブンスター

SUPER ABC

NIV

生協くまもと

Pantry & Lucky

フクハシ

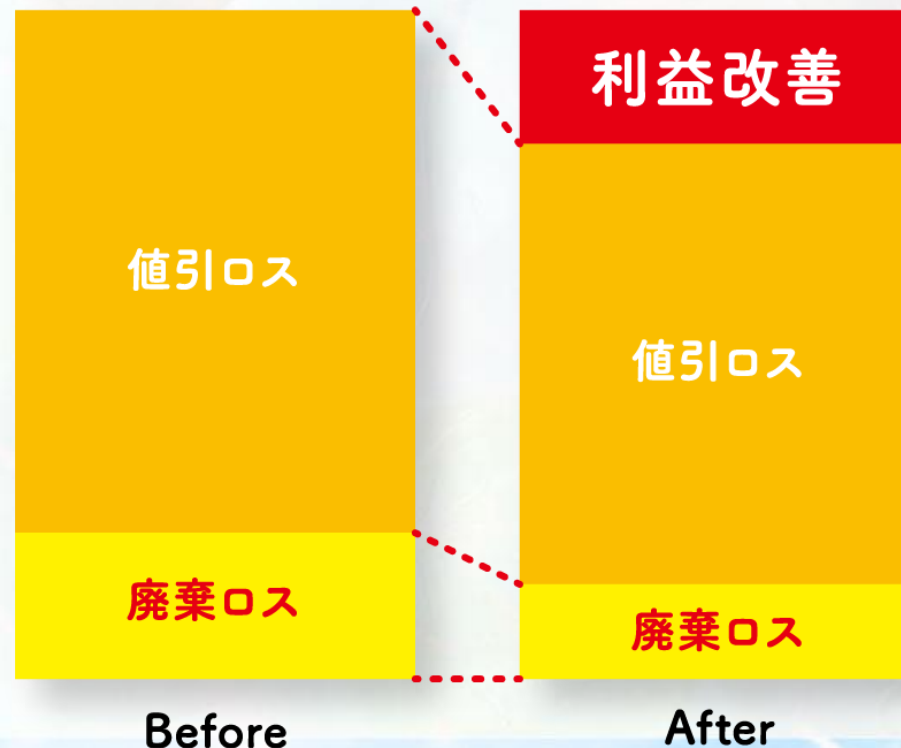
スーパーマーケットチェーン
マルダイ

持続可能な社会に向けた 「食品ロス削減プログラム」への取組み(3)

導入による効果

もぐもぐシールを貼ることで、割引率が低いうちに商品を購入していただけたら、廃棄する前に商品を購入していただけたらする効果が期待できます。
結果的に食品ロスが改善され、利益向上にも貢献します。

＜導入効果事例＞ ※イメージ



持続可能な社会に向けた

「食品ロス削減プログラム」への取組み(4)

もぐもぐチャレンジが目指す三方よし

お客さま参加型の食品ロス削減プログラムで未来につながるお店づくりの実現を目指します。



アルファの「買い物コミュニケーション」SPサービス

小売店向けサービス

店内内外装工事

レイアウトプロデュース

(Store Planning Device)

レシピPOP/食材P提供



各種POP販売(リアル)

POPのカatalog通販



メーカー向けサービス

販売促進キャンペーン

(Store Planning Device)

マーケティングリサーチサービス

(顧客アンケート・リサーチ)

デジタルPOP

(動画POP, AR等)

五感POP



LINEでキャンペーン応募!

TALK de GET



購買の動機付け効果

株式会社アルファ

総合セールスプロモーション

消費者

ハルティ
製品

ハルティ
製品

POP GALLERY(BtoB)



POPKIT®

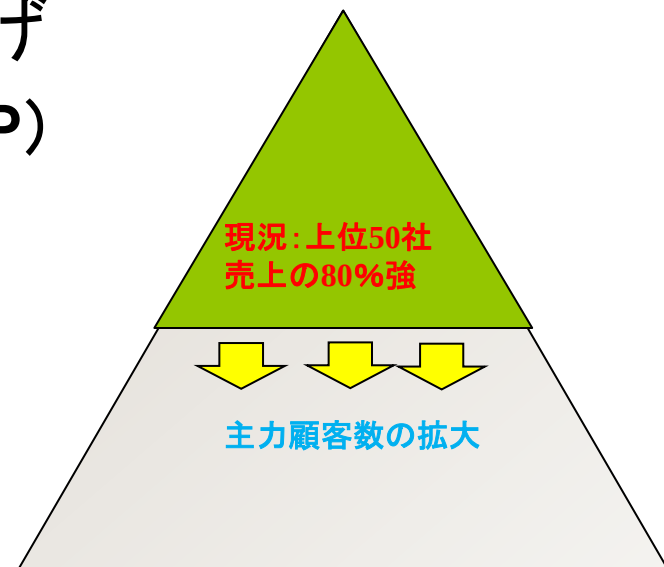
プロフェッショナル(人) & デジタルPOP(DX)

- 中堅・大口顧客には、社員レベルを上げプロフェッショナルサービスを提供
- 中小・零細・パパママストアには、ネットによる裾野拡大とストック収益拡大
- 人とデジタルを融合した、新たな販促サービスの展開



子会社、オーケー企画の今期の取組み

- ・ 着実な売上回復と利益の積み上げ
 - 客数UP × 客単価UP(粗利率UP)
- ・ 人材育成と顧客基盤の拡大
 - 取引先の上位顧客層の拡大
- ・ 粗利率UP
- ・ アルファとの協業の促進



新規店舗出店需要の取り込みにより、今期の黒字化を達成！

通期業績計画(2024/8月期計画)

通期(連結ベース) ～黒字化を必達！～

売上高: 58.3億円(前期比+8.4%)

経常利益: 0.4億円(黒字化)

当期利益: 0.6億円(黒字化)

EPS: 75.86円

配当(予): 5円

お問い合わせ先

IR統括責任者 代表取締役社長

岡本 悟征

取締役執行役員総務部、情報システム室、経営企画室担当 高尾 宏和

岡山本社 TEL:086-277-4531

FAX:086-277-4533

E-mail : takaoh@popalpha.co.jp

URL : <https://www.popalpha.co.jp>

本資料は、2024年8月期2Q決算に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2024年2月末日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。



資料編

会社概要 (アルファ単体:2024年8月期(2月末)現在)

◆商号

株式会社アルファ

◆本社

岡山県岡山市中区桑野709-6

◆設立

1984年1月5日<8月決算>

◆資本金

1億円

◆発行済株式総数

915,444株(内自己株111,364株)

◆役員

代表取締役社長 岡本 悟征

他取締役5名(内社外1名)、常勤監査役1名、監査役2名(社外)

◆主要株主

(株)タカオコーポレイション28.5%、(株)シタナ6.2%、
社員持株会6.2%、(株)トマト銀行4.9%、浅野 薫3.4%

◆事業内容

販売促進広告の企画・開発・販売

◆従業員数

339名(他パート22名) 2024/2末現在

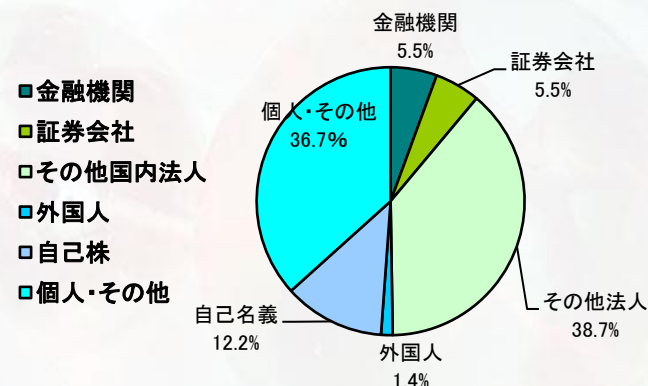
◆営業拠点

本社、6支店 5営業所 1物流センター 計13拠点

◆連結子会社

株式会社オーケー企画(100%)、POPKIT株式会社(100%)

2024年8月期2Q末株主構成(株主数647名)

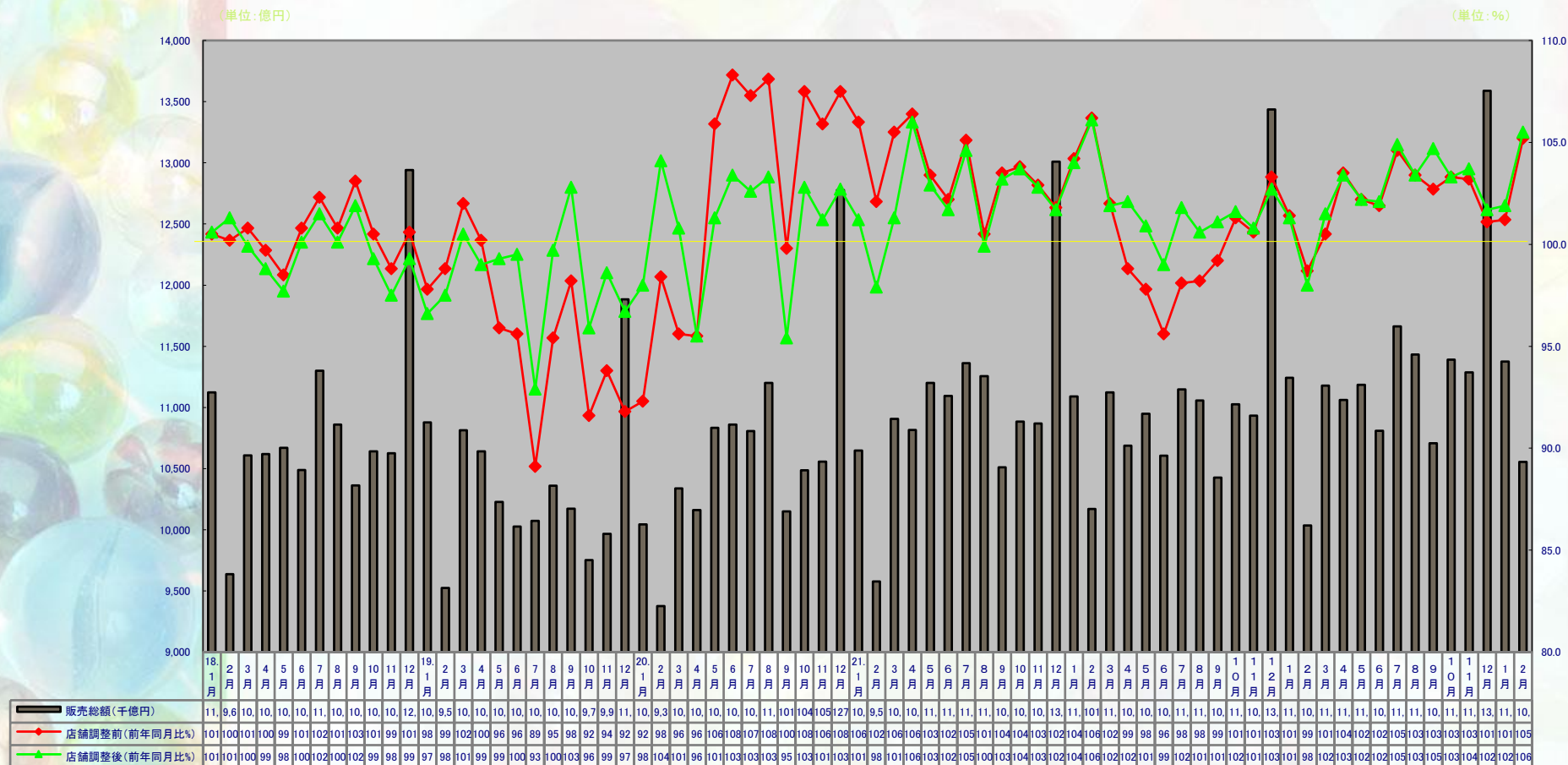


財務指標推移

(単位:千円)

	第36期連結	第37期連結	第38期連結	第39期連結	第40期連結	第41期連結
決算年月	2018年 8月	2019年 8月	2020年 8月	2021年 8月	2022年 8月	2023年 8月
売上高	7,459,271	7,037,579	6,130,207	5,764,901	5,623,412	5,379,731
経常利益	174,603	40,689	-433,191	-4,462	-113,602	-307,307
当期純利益	108,777	7,009	-610,621	-690,265	-133,828	-393,583
資本金	409,796	409,796	409,796	409,796	409,796	409,796
発行済株式総数 (自己株式除く)	804,255	804,209	804,164	804,164	804,140	804,080
純資産額	2,623,055	2,349,516	1,921,643	1,385,264	1,134,457	979,213
総資産額	5,144,668	5,151,138	4,252,409	3,823,133	3,521,858	3,796,251
自己資本比率	51.0%	45.6%	45.2%	36.2%	32.2%	25.8%
1株当り純資産	3,261.47	2,921.53	2,389.62	1,722.61	1,410.77	1,217.81
1株当り純利益	135.24	8.72	-759.28	-858.36	-166.42	-489.40
配当金 (円)	60	60	40	40	30	0
配当性向	44.4%	688.1%	-	-	-	-
従業員数(人)	381	374	377	367	358	357

<ご参考>:チェーンストア販売統計



出所: 日本チェーンストア協会HP