



アルファ Presentation (4760)

2025年8月期 中間決算説明資料

令和7年4月15日



(東証STD:4760)

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

2025年8月期 中間決算総括(1): 計画通り推移!

■ 25/8期(43期)中間の業績:増益(経常利益137百万円):公表予算通り

大口顧客の一部剥落でトップラインは伸び悩むも、原価・販管費のコントロールによる収益性の改善が奏功し前期以上の経常利益を確保。下期に向けた営業の積み上げ、並びにデジタルPOP施策の実施を進め通期業績達成に向けアクセル全開へ。

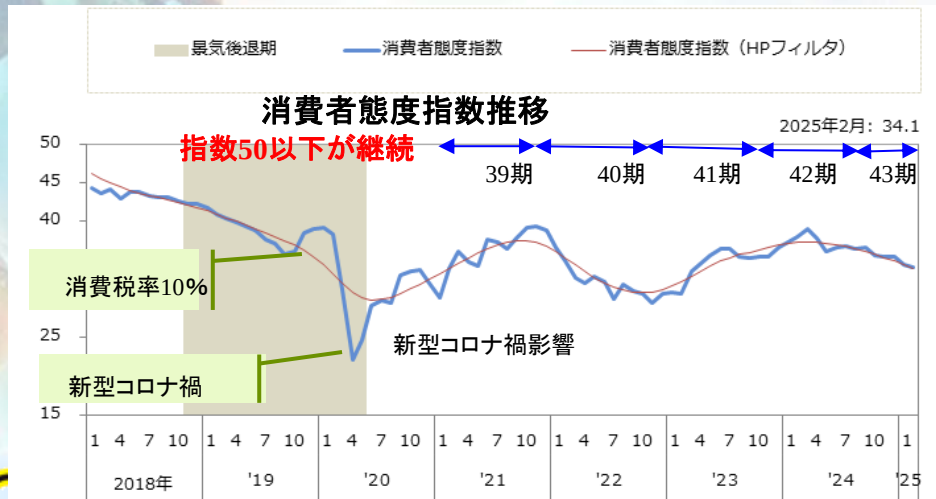
売上:3,152百万円(前期比▲1.4%)

経常利益:137百万円(前期比+16.5%)

■ 25/8期(43期)通期業績予想:厳しい消費環境は続くものの、中間期実績は計画通りに推移。3Q以降の営業の積み上げ、製造業向けの販促キャンペーン強化により通期業績は期初と変えず。消費市場の活性化に向けたデジタルPOPへの投資を継続推進。

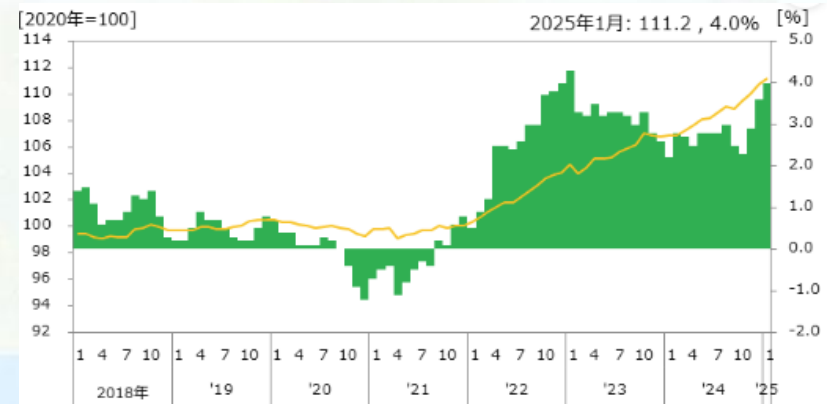
売上:6,200百万円(前期比+1.2%)

経常利益:190百万円(前期比+82.6%)



© jp.gdfreak.com

国内企業物価指数の推移



出所: © jp.gdfreak.com jp.gdfreak.com

2025年8月期 中間決算総括(2):事業・施策

■ 販促キャンペーン(前期比▲1.4%): 中間期は想定された一部大口顧客の減少により、前期比で若干のマイナスとなった。物価の上昇は続くものの、製造業の消費喚起に向けた販促需要は堅調に推移し、春先のキャンペーン需要を取り込み下期は前期以上の増収・増益を見込む。新たなデジタルキャンペーンの「フェアマネ」も好評スタート。

■ ノベルティ(前期比▲3.5%): 自社企画ノベルティは前期比で増収・増益となったものの、別注ノベルティが16%の減収となり、ノベルティ全体としては前期比▲3.5%の減収、粗利額も▲6.5%の減益となった。物価上昇の中での賃上げによる消費活性化に向けた製造業のノベルティ需要の取り込みを推進し下期は前期比での増収・増益を狙う。

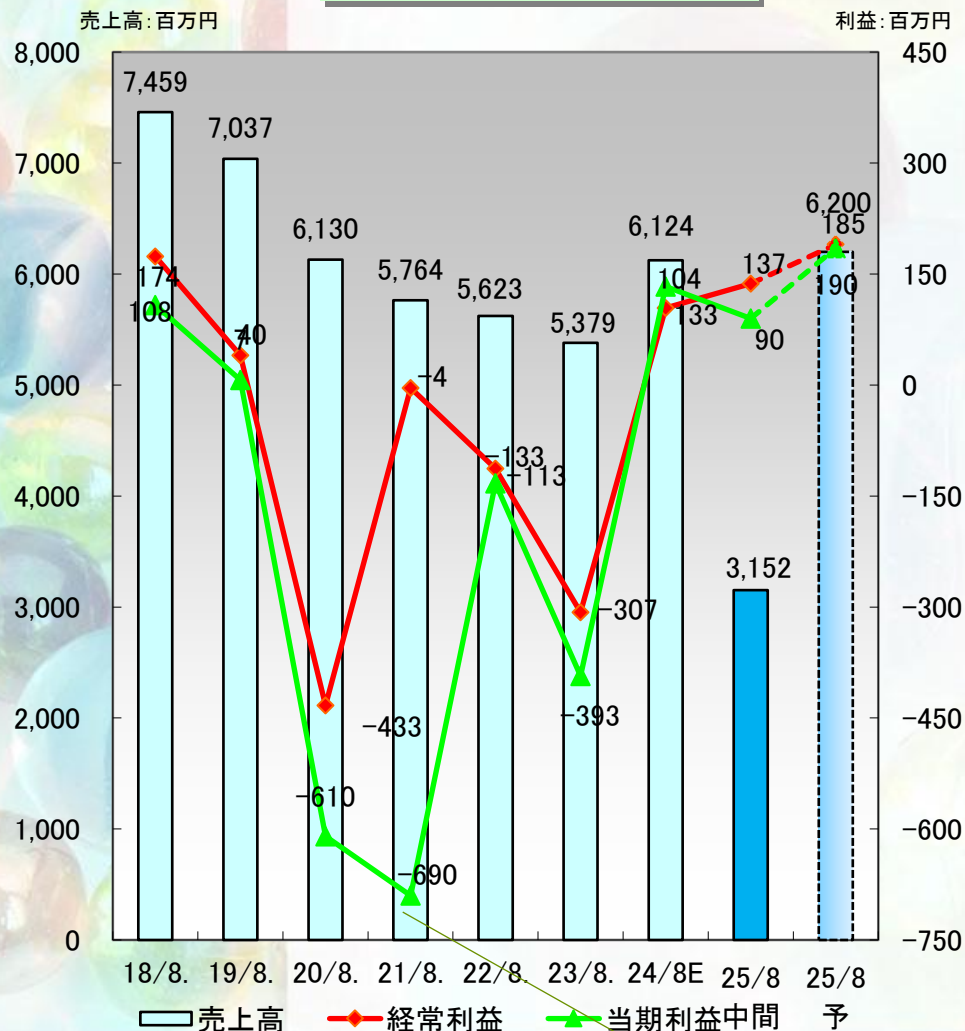
■ POP GALLERYオンライン(前期比+8.4%): POPデジタル・サービスであるPOP GALLERYオンラインは、大手チェーン小売店から全国の中小零細までの小売店が主力顧客である。中間期は件数は前期比で減少したものの単価の上昇により売上高では前期比+8.4%、粗利額でも前期比+2.9%の増収・増益となった。更に外部サイトからの送客を含め、下期は二桁増を目指す。

■ POP作成アプリ「POPKIT」: 個人向け・法人向け、SaaSビジネスモデルで、中間期では売上高で16%増、経常利益で約4倍の8百万円となりグループ業績に貢献。5月にはアプリのiPhone版に続き、Android版をローンチ予定で来期に向けた更なる成長への基盤構築を推進。

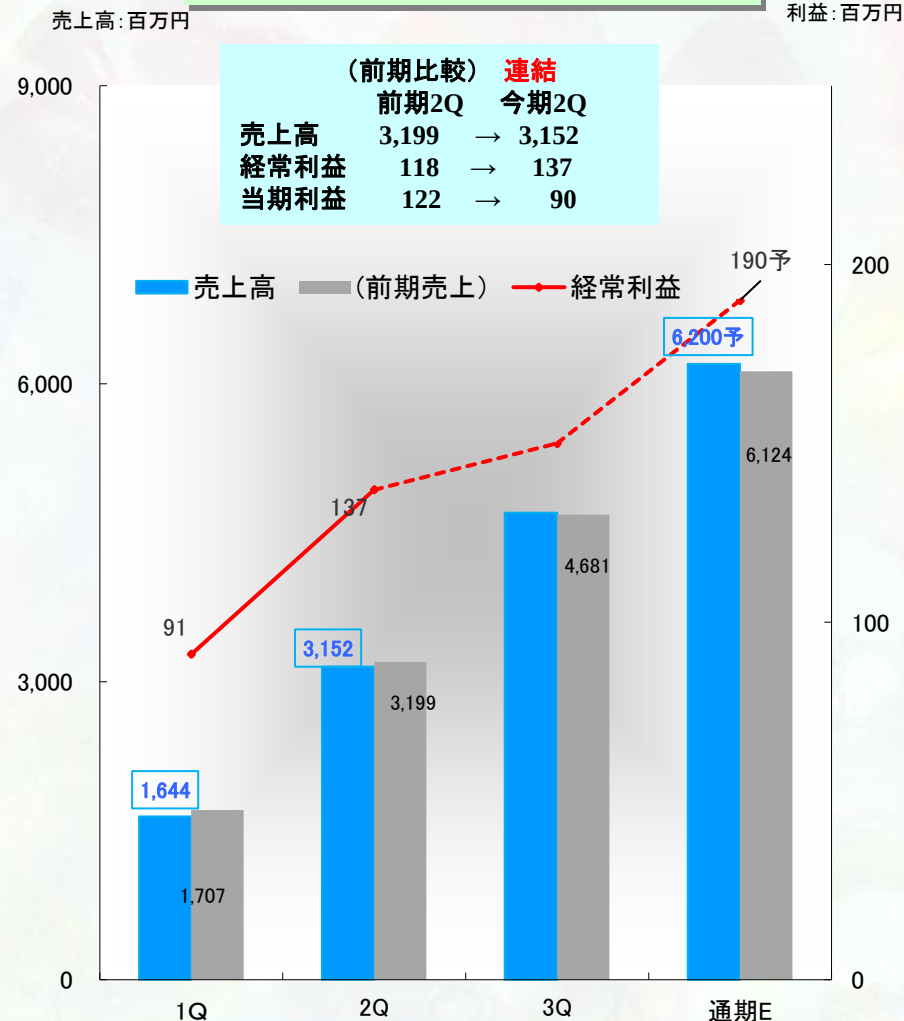
■ 子会社オーケー企画は前期比で▲2.8%の減収ではあるが、コスト削減を徹底したことにより中間期では若干の赤字にとどまり、通期ベースでは黒字化達成が見えてきた。

2025年8月期2Q : 連結業績推移(連結)

通期業績推移



2025/8期 2Q累積業績推移



2025年8月期(第43期) 2Q連結決算(損益計算書)

決算結果のポイント ～微減収ながら粗利率改善、販管費コントロールにより二桁増益～

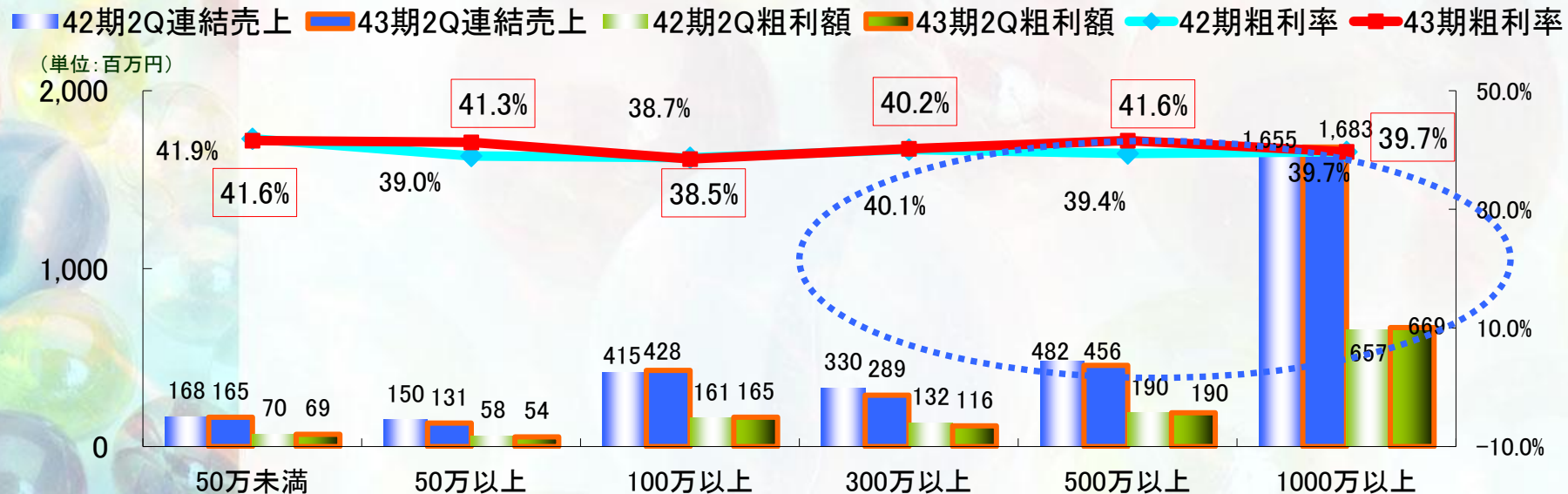
- 売上高はアルファ単体で一部大口顧客減収から前期比で減収。
- 粗利率は、アルファ単体が改善し、前期比で0.4ポイント増加となる。販管費コントロール効果もあり、営業利益、経常利益は前期比で二桁増となった。

(単位:百万円)

連結	24/8期 中間実績	25/8期 中間実績	前期比%	要因
売上高	3,199	3,152	-1.4%	アルファ単体2,935百万円(前期比▲48百万円)
売上総利益	1,268	1,262	-0.5%	
売上総利益率%	39.7%	40.1%	-	全体粗利率+0.4ポイント
販売一般管理費	1,145	1,121	-2.1%	
営業利益	123	141	15.0%	
営業利益率 %	3.8%	4.5%	-	
営業外損益	-5	-4	-	支払利息6百万円
経常利益	118	137	16.1%	
経常利益率 %	3.7%	4.4%	-	
当期純利益	122	90	-25.9%	

* 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）



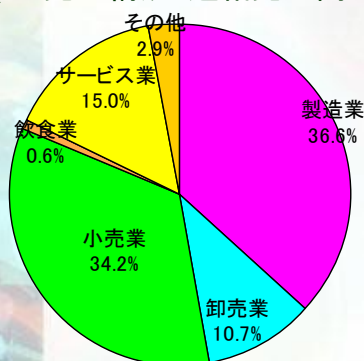
■ 売上高においては、100万円以上と1,000万円以上で前期を上回り、粗利額についても同様に前期を上回ったが、他のレンジでは売上高、粗利額ともに前期を下回った。全体としては、売上高で▲1.4%の減収、粗利額で▲0.5%の減益となったが、粗利率は+0.4%と改善することが出来た。

業種別販売実績：連結ベース

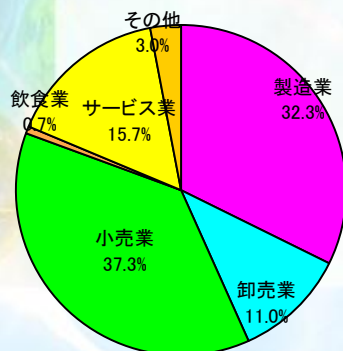
- 連結ベースの業種別売上高は、一部大口製造業向けの販促キャンペーンの剥落が響き、製造業の売上が減少し全体構成比も4.3ポイント減少した。それを補完する形で、卸売業、小売業、飲食業、サービス業が増収となり、特に小売業が貢献した。
- 連結ベースの取り扱い件数は、昨年比で若干減少し2,165件となった。単価の高い製造業の減収が全体の単価にも影響し、売上単価は前期とほぼ同様の1,456千円となった。

業種別売上高

24/8期 2Q 売上構成：連結売上高 3,199百万円

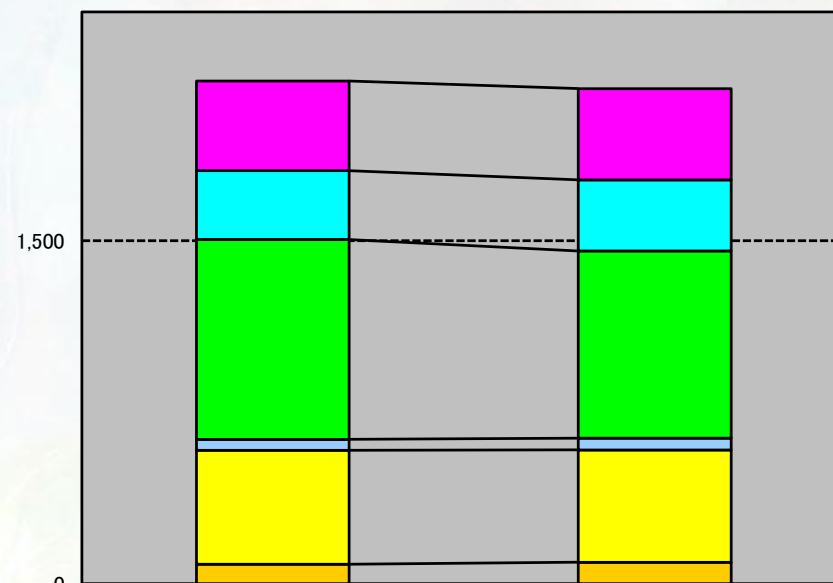


25/8期 2Q 売上構成：連結売上高 3,152百万円



業種別取り扱い件数

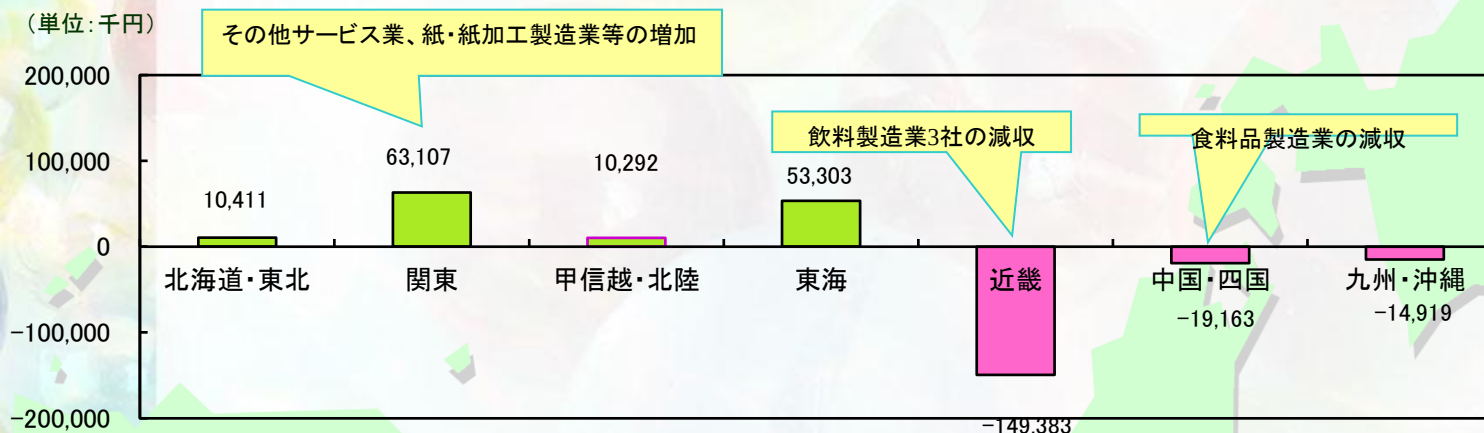
(件)



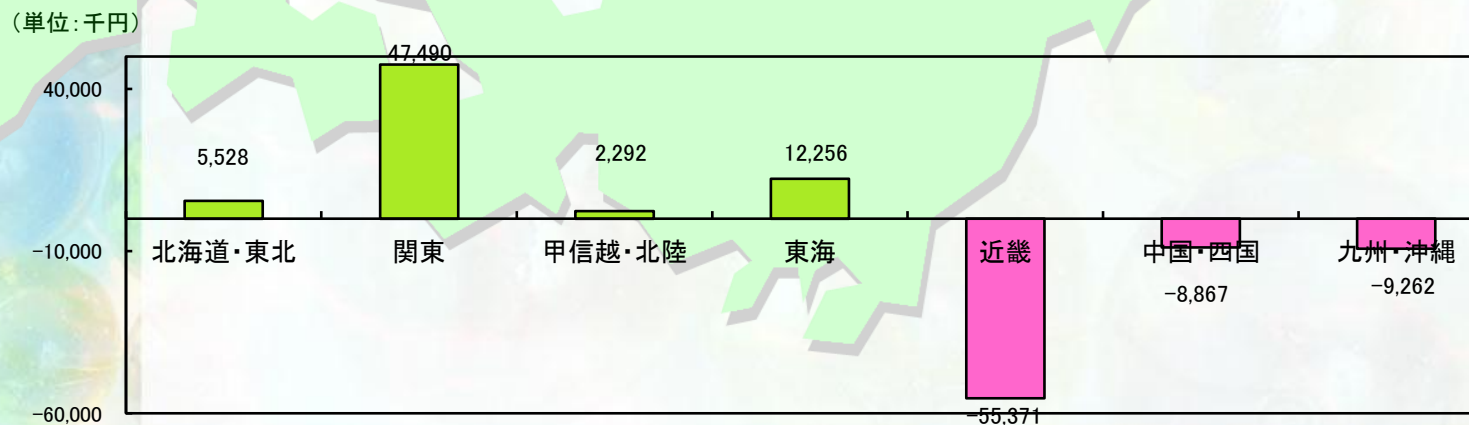
	42期 2Q	43期 2Q
製造業	392	399
卸売業	301	311
小売業	873	818
飲食業	48	51
サービス業	498	491
その他	86	95

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)

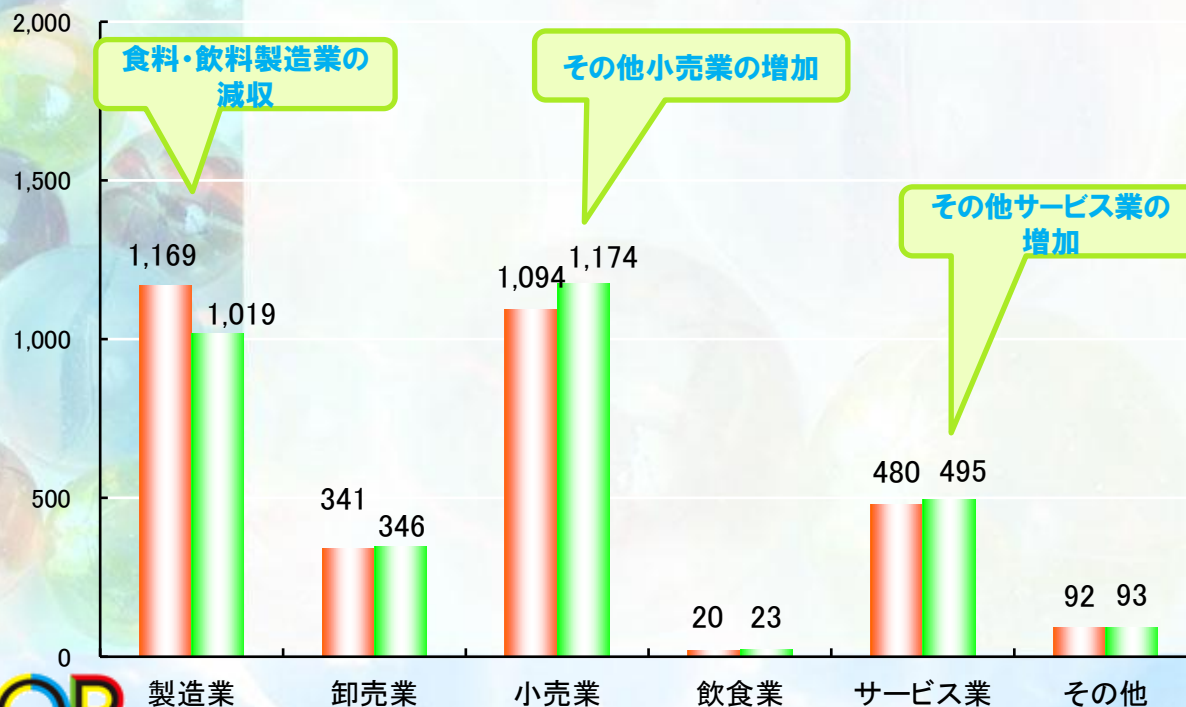
■ 業種別売上高では、食料・飲料製造業の落ち込みにより製造業の売上が約1.5億円の減収となった。小売業ではその他小売業、サービス業においてもその他サービス業の伸びにより製造業の減収をカバー。

■ 全体取引先件数は、小売業のスーパーの落ち込みが大きく前期比▲33件の2,165件となった。売上単価はほぼ前期並みの1,456千円となった。

業種別売上高

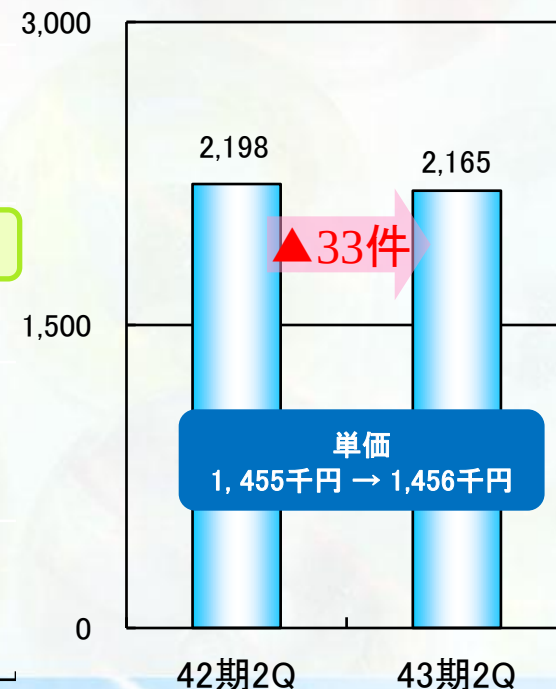
(百万円)

■ 42期2Q 売上高 ■ 43期2Q 売上高



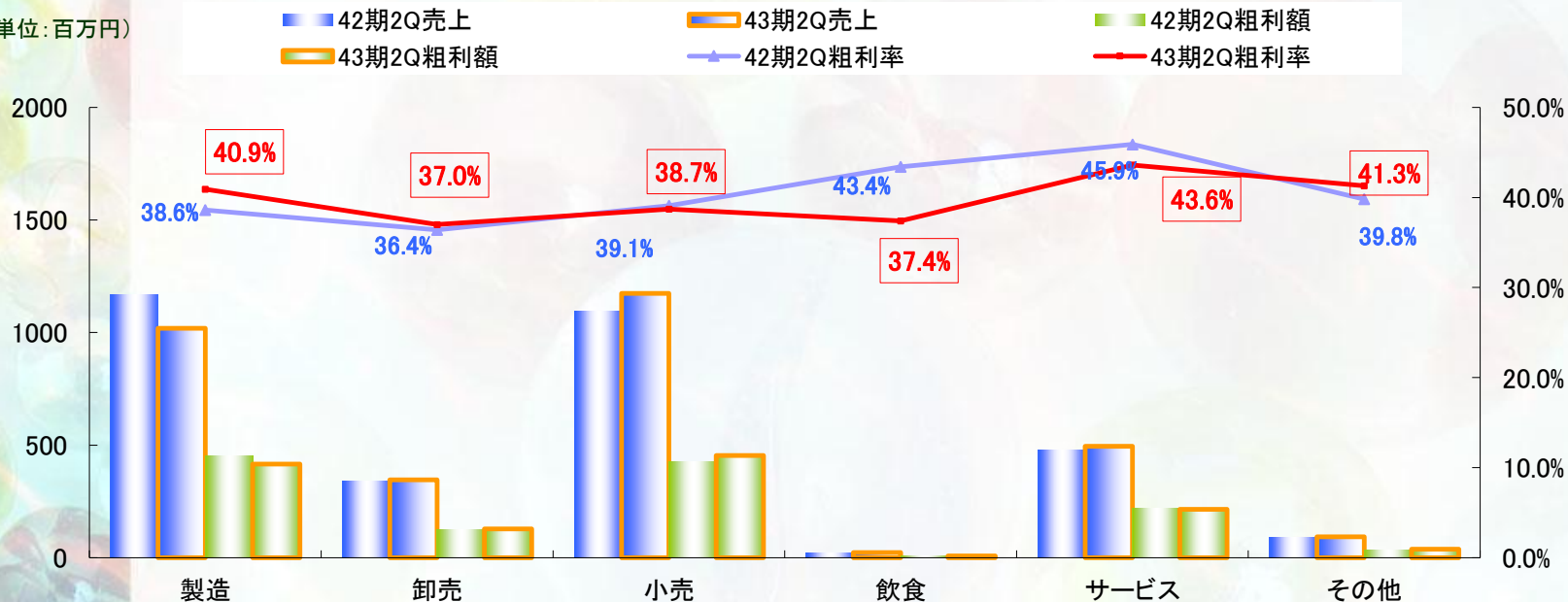
取引先顧客数

(件数)



業種別：売上高・粗利推移 (連結)

(単位：百万円)



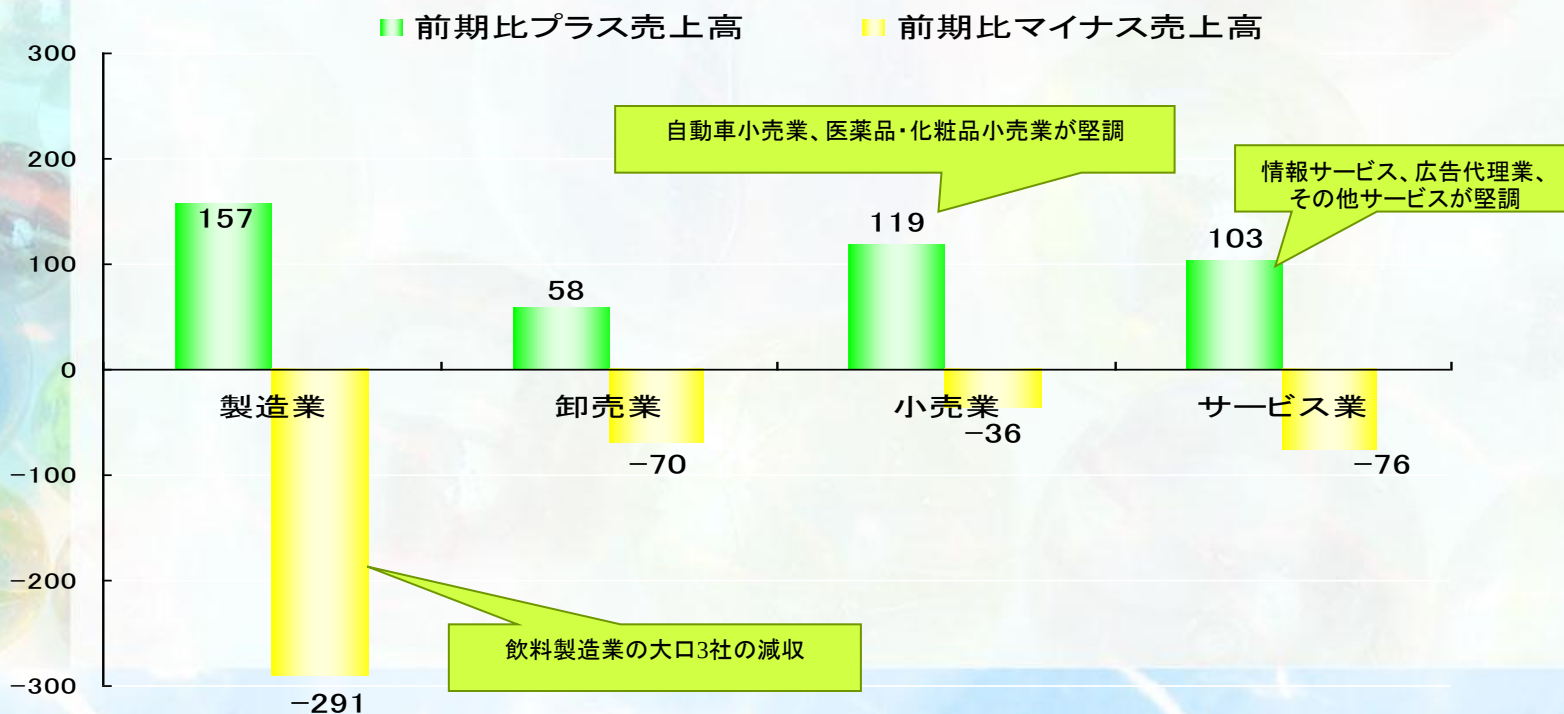
■ 売上においては、製造業の落ち込みを他の業種でカバーした形となった。粗利率は全般的に前期並みかそれ以上となったものの、飲食業は厳しく、売上高の大きなサービス業の粗利率も若干前期を下回った。

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。
- 製造業においては飲料製造業の大口3社の減収が大きく響き全体の減収要因となった。一方で、小売業、サービス業は顧客層の幅を広げたことにより純増となった。

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)

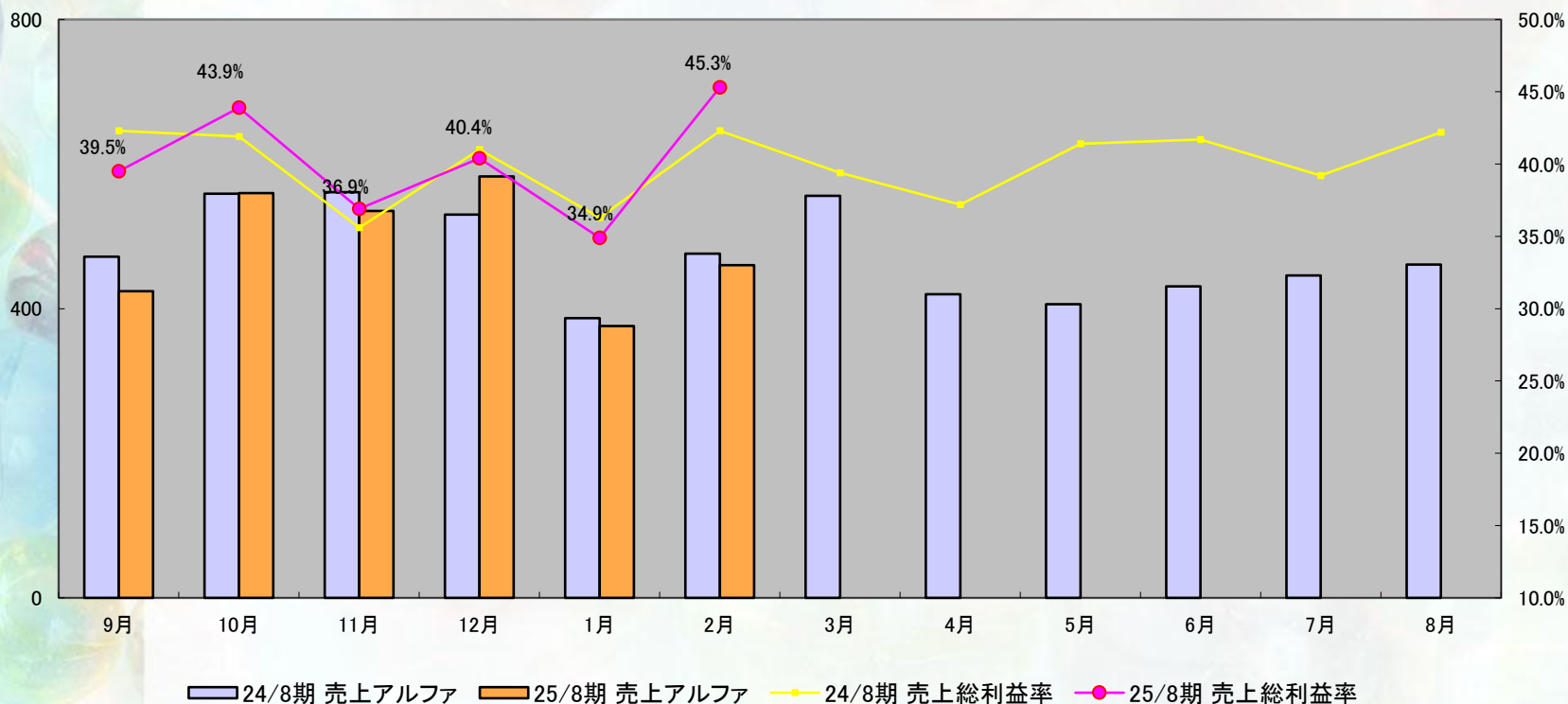


月次売上高・粗利率推移： アルファ単体

■ アルファ単体の月次売上高・粗利率推移

- ・ 売上高は、9月に前年を大幅に下回ったものの、他は、ほぼ前年並みを維持して推移。
- ・ 粗利率については、若干の増減があるものの、前期並みで推移。

(単位:百万円)



2025年8月期： 2Q連結 期末B/S & CF

■ 自己資本比率32.2%、フリーキャッシュフロー-9百万円

(単位:百万円)

(単位:百万円)

連結	24/8期末	25/8期 2Q末	コメント	24/8期2Q	25/8期2Q	
流動資産	2,415	2,359		営業キャッシュフロー	28	-54
現金・預金	1,043	1,013		投資キャッシュフロー	182	45
受取手形・売掛金等	909	829		フリーキャッシュフロー	210	-9
製品・商品	376	437		財務キャッシュフロー	76	-21
その他	87	80		現金・現金同等物期末残高	708	612
固定資産	1,859	1,794				
有形固定資産	637	635				
無形固定資産	13	12				
投資その他資産	1,208	1,147				
資産合計	4,274	4,154				
流動負債	1,940	1,909				
支払手形・買掛金	558	559				
短期借入金	727	777				
一年以内返済予定長期借入金	252	262				
未払法人税等	4	2				
賞与引当金	37	45				
その他	362	264				
固定負債	950	906				
純資産合計	1,383	1,337				
自己資本比率%	32.3%	32.2%				
負債・資本合計	4,274	4,154				

フリーキャッシュフローは ▲9百万円

【営業キャッシュフロー】 ▲54百万円

税引前当期純利益 137百万円

退職給付に関する資産の増加 ▲136百万円

たな卸し資産の増加 ▲45百万円

【投資キャッシュフロー】 45百万円

投資有価証券の償還 50百万円

【財務キャッシュフロー】 ▲21百万円

長・短借入金純減額 19百万円

配当金の支払い ▲40百万円

フリーキャッシュフローは ▲9百万円

【営業キャッシュフロー】 ▲54百万円

税引前当期純利益 137百万円

退職給付に関する資産の増加 ▲136百万円

たな卸し資産の増加 ▲45百万円

【投資キャッシュフロー】 45百万円

投資有価証券の償還 50百万円

【財務キャッシュフロー】 ▲21百万円

長・短借入金純減額 19百万円

配当金の支払い ▲40百万円



第43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

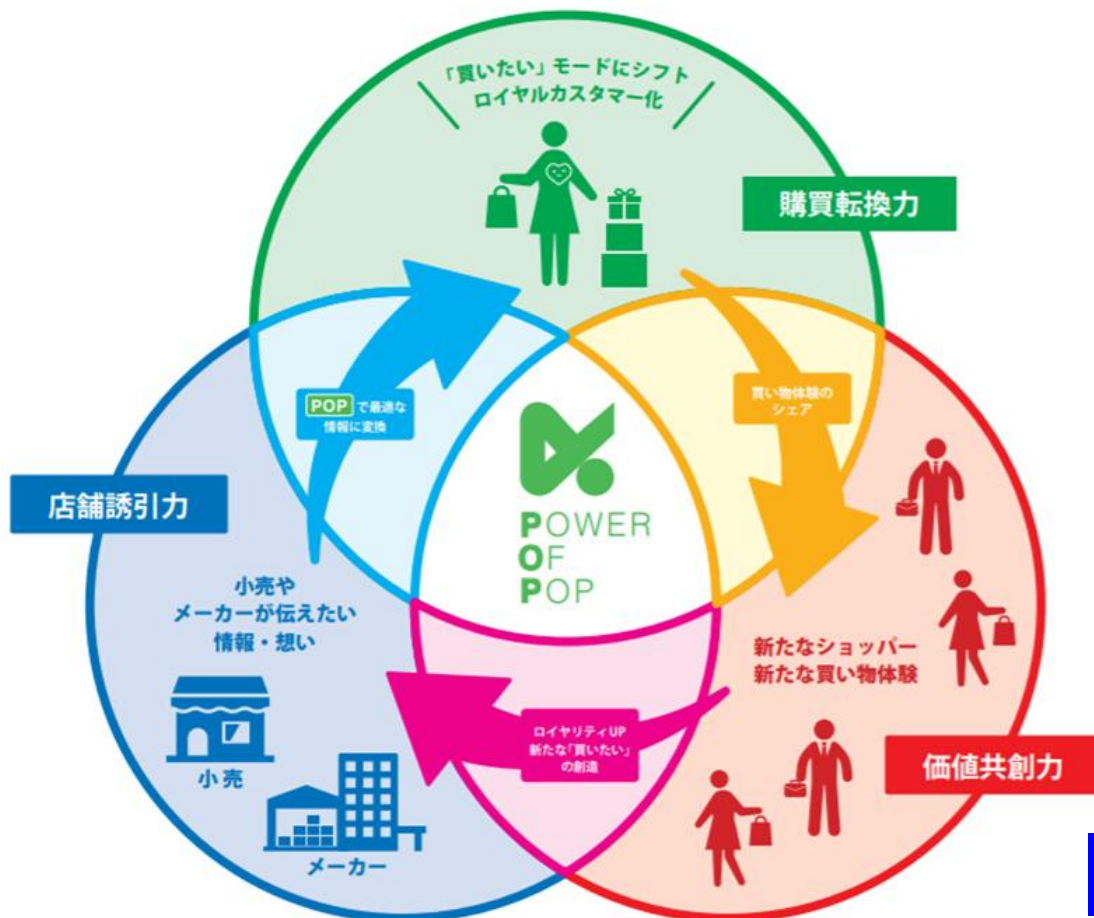
POWER OF POP
伝える・伝わる・笑顔になる

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



2025年8月期：重点施策～基盤事業の更なる拡大とDX化推進～

1. トップライン拡大：基盤事業の販促キャンペーンの拡販とデジタル化の継続推進、小売業のターゲットアプローチによる拡販

- 1) 三大都市圏での販促キャンペーンの更なる強化
- 2) SNS販促サービスの強化(「フェアマネ」投入)

POPKITのAndroid版のローンチ

◎5月ローンチ

○継続
推進

- 3) POP GALLERYオンラインへの送客と取扱件数の拡大
- 4) 流通業の細分化によるスーパー以外の小売業への拡販

2. 収益性の拡大：デザイン・企画力・販促キャンペーンによる役務収益の拡大と営業マン増加による生産性の拡大

- 1) 各種イベント向けへの企画提案によるバリュー、役務収益拡大
- 2) 営業力強化(人員拡大とデータ共有)による生産性向上
- 3) 子会社POPKITの利益貢献とオーケー企画の収益化

○継続
推進

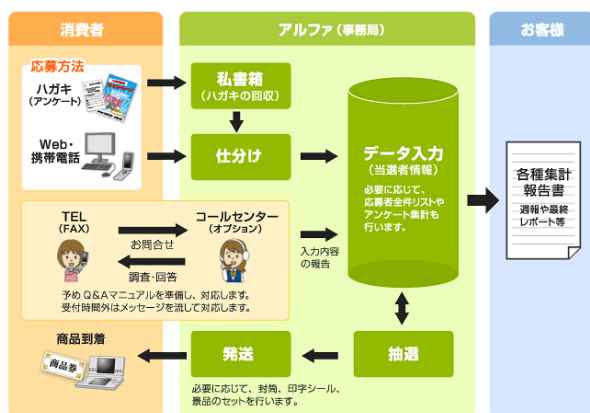
アルファ: 販促キャンペーン拡大へ

・独自の「クローズドキャンペーン」ニーズ、堅調に拡大

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: 2024/8期; 175件 → 2025/8期2Q; **178**件

単価: 721千円 → **695**千円(▲3.6%)

今期は、月間200件/月を目標!



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

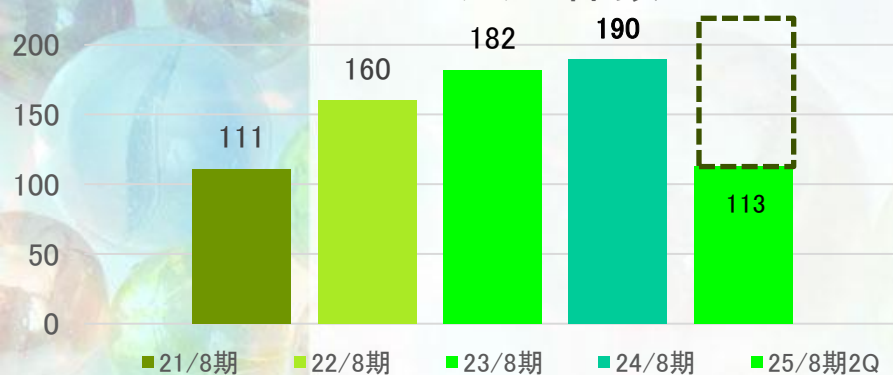
mobileGet

月額15万円から
スマホでキャンペーン！

システム開発費不要 アプリ不要

ALPHA CO.,LTD.

モバイルゲット件数



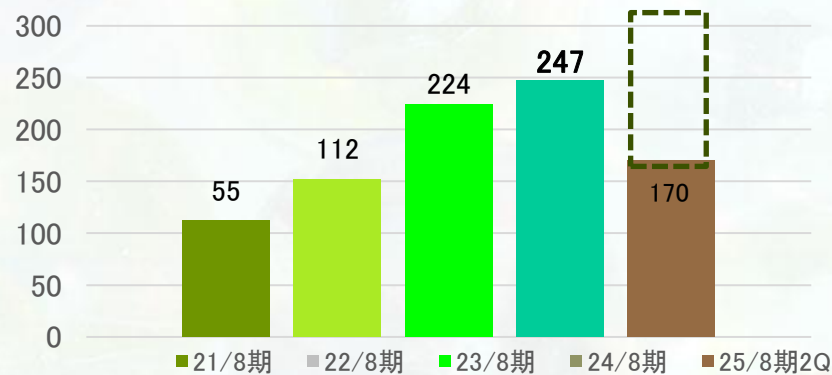
LINEでキャンペーン応募「トークdeゲット」は、
LINEのトーク画面で応募ができる
キャンペーンシステム

LINEでキャンペーン応募！

TALK de GET

トークdeゲット

トークdeゲット件数



SNS活用のデジタルキャンペーンの第3弾投入



2024/7/1日
事業譲受



～「フェアマネ」とはスマホでその場で抽選することができるWebシステム～

抽選キャンペーン



キャンペーン設定

抽選設定、景品画像、テンプレート設定、抽選方式など



キャンペーン状況

店舗来店数、抽選数、アクセス状況など

応募フォーム・スタンプ



アンケート/応募フォーム

ドラッグ&ドロップ設定、ファイルアップロードなど



デジタルポイント

デジタルポイント、スタンプラリーなど

その他



デジタルギフト

各種デジタルギフト対応、デジタルギフト抽選など



SNS抽選

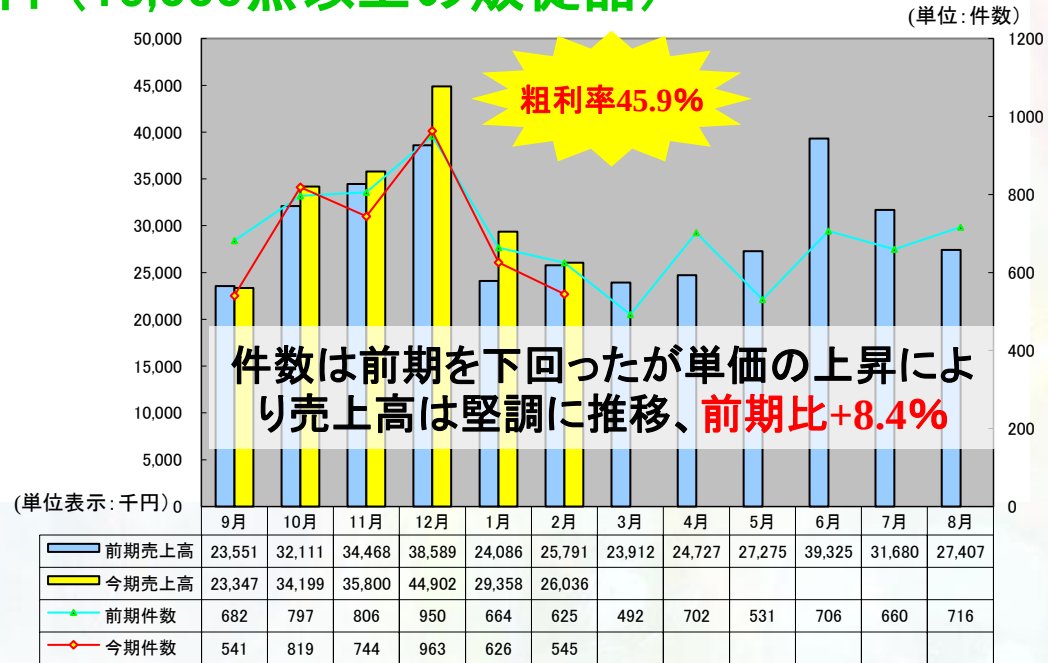
Twitter、instagram、LINE、LIFIAアプリなど

販促キャンペーンの新メニュー



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 **6.1%**)

～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

単価・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、**60万ユーザー**



誰でもフリーで使える無料版POPKIT

iPad版

アプリ版



iPhone版

WEB版



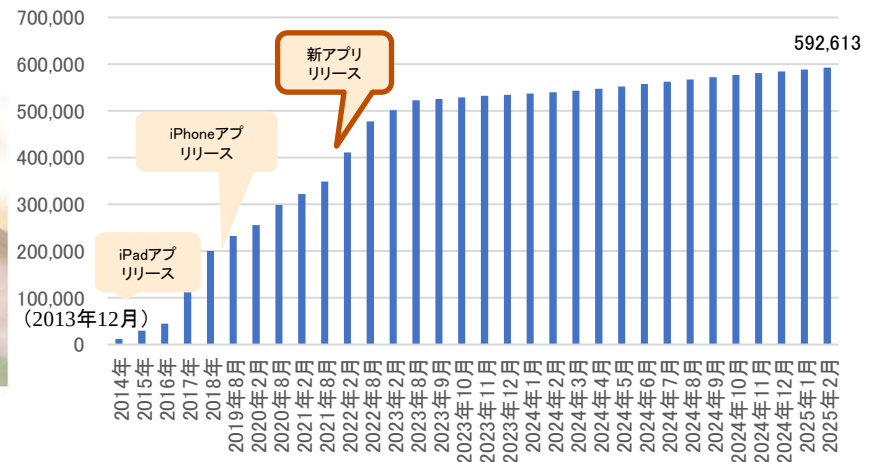
POPKITが分かる1分ムービー



- POP
- チラシ
- ポスター
- タペストリー
- のぼり
- SNS投稿画像
- ハガキ
- 名刺
- Tシャツ
- パネル

★WEB版POPKITではプリント注文もできます

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

https://youtu.be/8PDC6xm_XdA

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

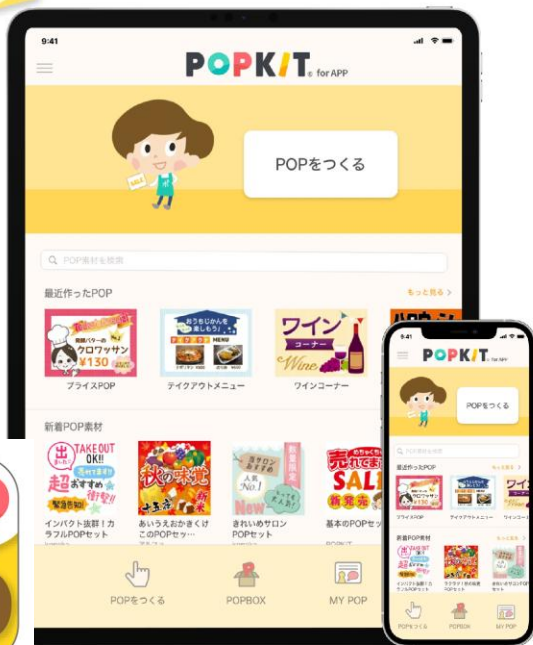


POPKIT: BtoC (アプリリニューアル)

- ・ **2021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**



**2025年5月
Android版のローンチ**

Android

POPKITの利便性と特徴



- ①豊富なアイテム、文字、背景、図形
- ②画像の取り込み、バーコード作成
- ③翻訳機能、SNS投稿(アプリのみ)可能
- ④高画質印刷、印刷注文も可能(WEB版)
- ⑤法人は複数アカウント、オリジナル素材活用、承認機能(導入企業200社)

POPKITの損益推移

(単位: 千円)

6,000

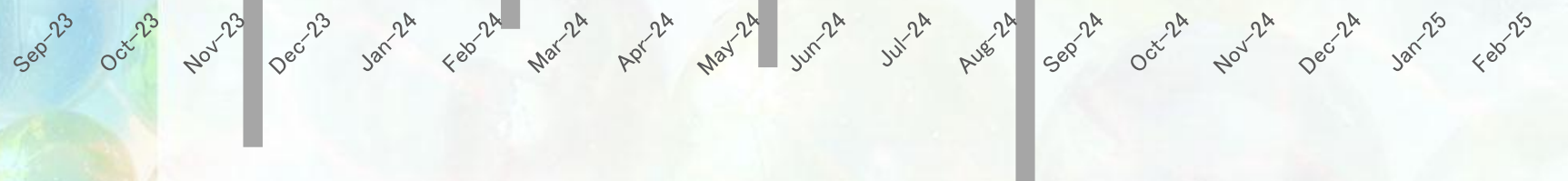
3,000

0

-3,000

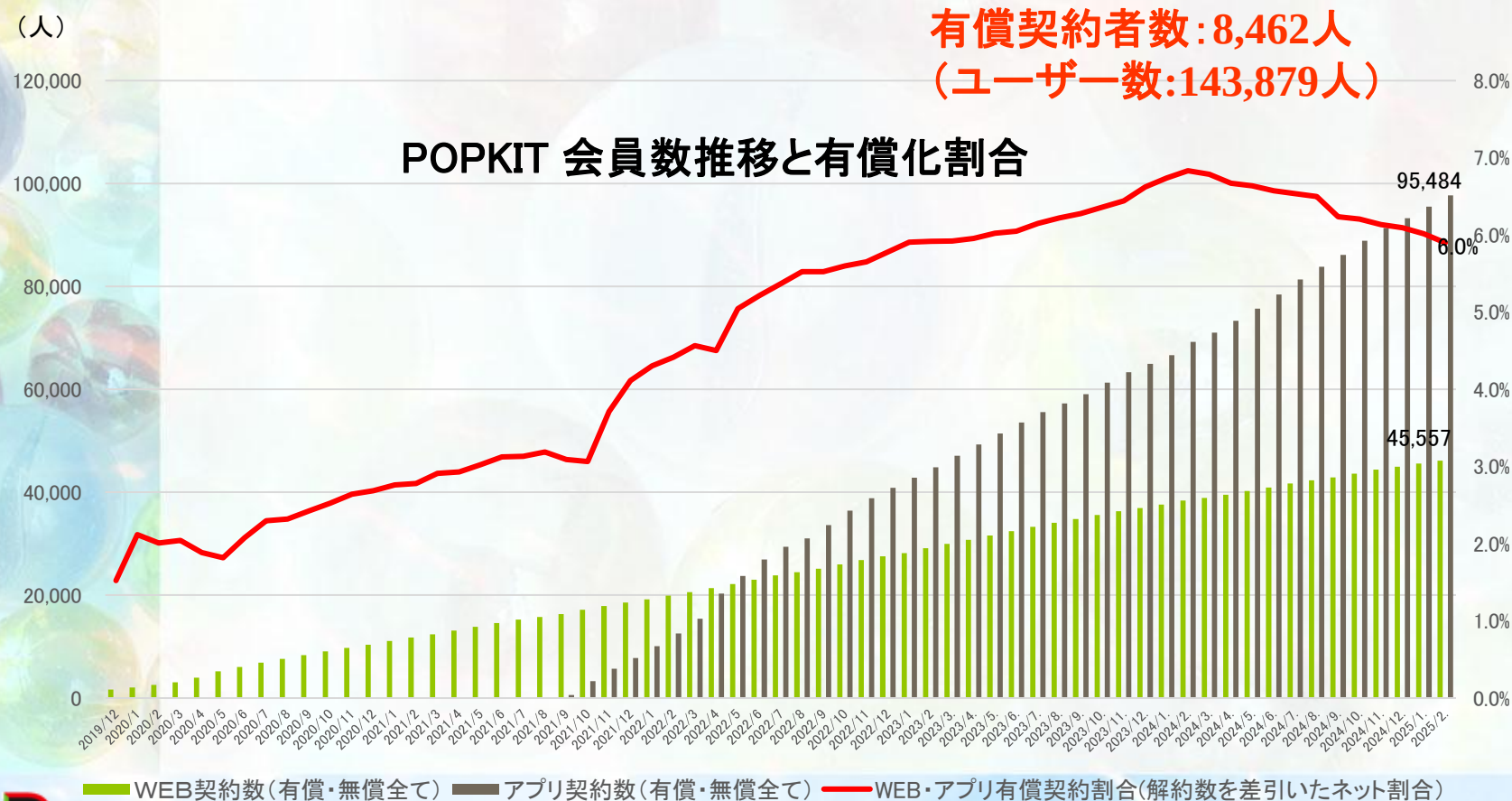
今期は月次連続黒字継続中

■ 売上高 ■ 営業利益



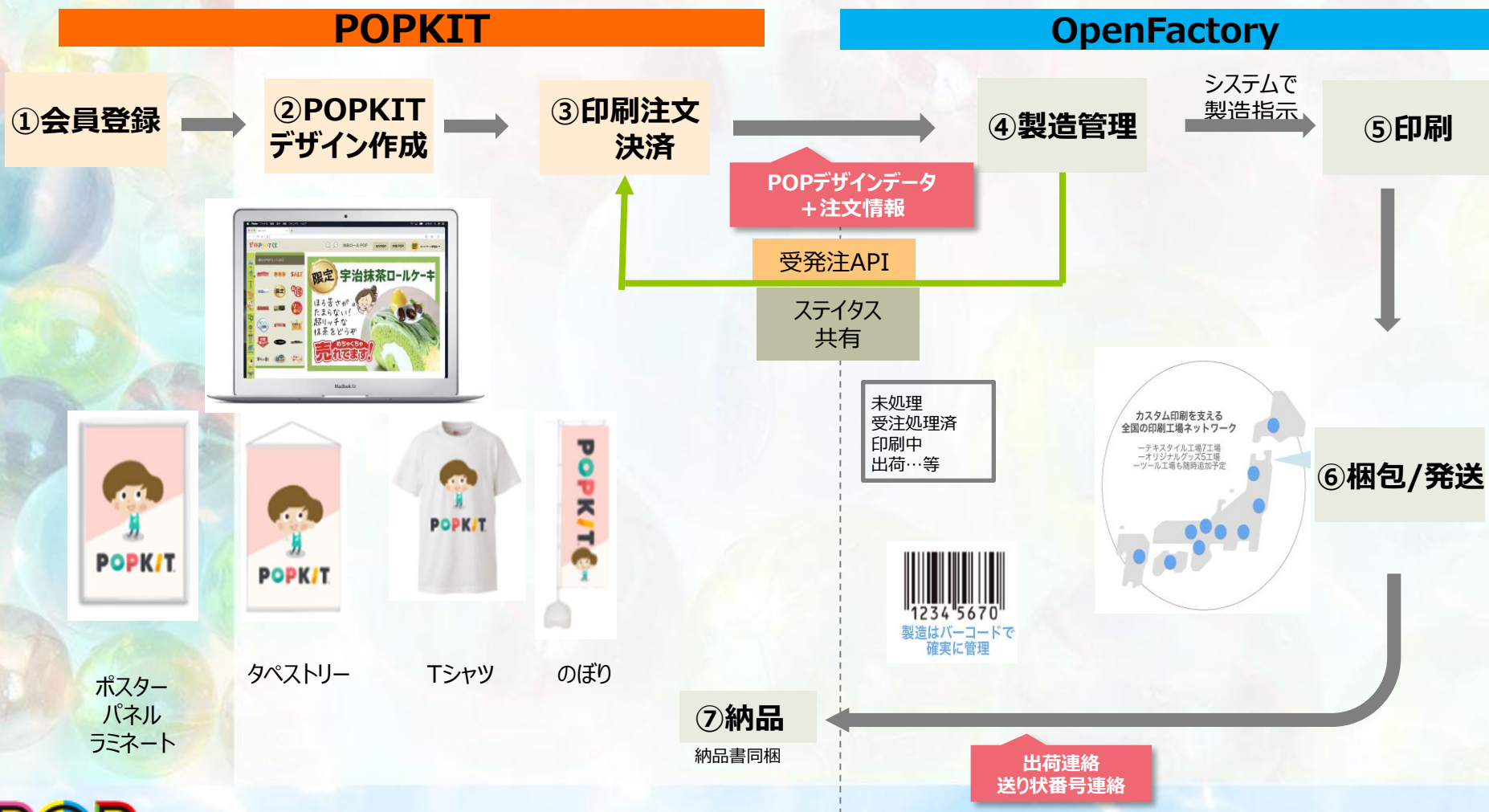
POPKIT 個人向け会員の伸び

- 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



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



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」への取組み(2)

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®

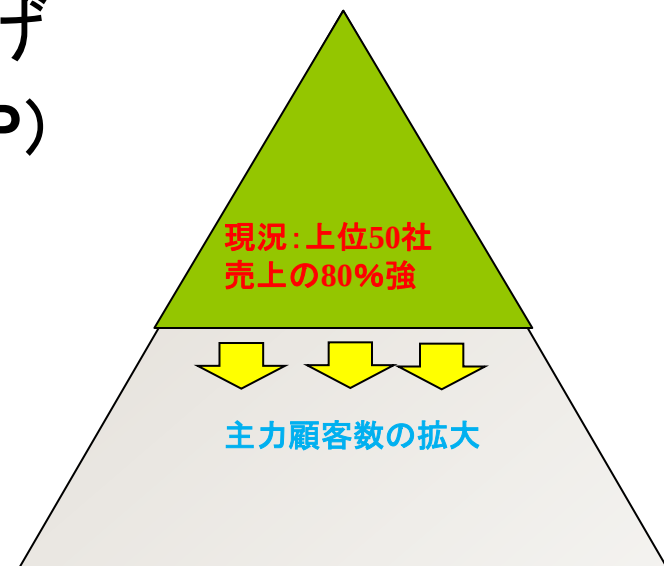
プロフェッショナル(人) & デジタルPOP(DX)

- 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(2025/8月期計画)

通期(連結ベース) ～増収・増益計画～

売上高: 62億円(前期比+1.2%)

経常利益: 1.9億円(前期比+82.6%)

当期利益: 1.85億円(前期比+38.8%)

EPS: 230.08円

配当(予): 50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、2025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2025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:2025年8月期(2Q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111,404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5.2%、(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

340名(他パート20名) 2025/2末現在

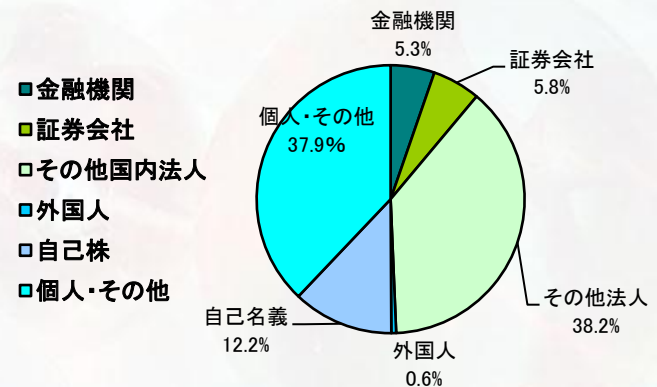
◆営業拠点

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%)

2025年8月期2Q末 株主構成(株主数555名)

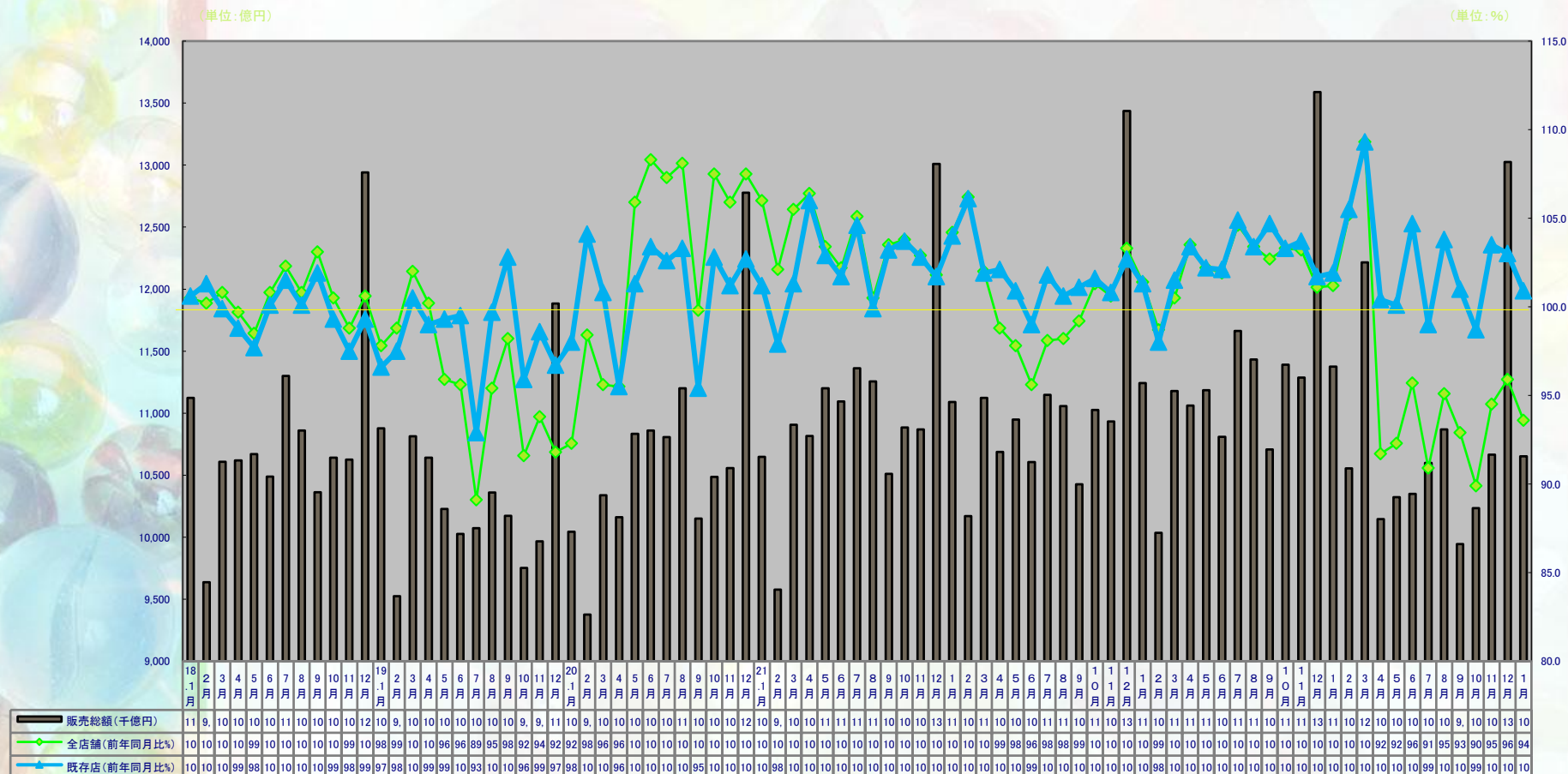


財務指標推移

(単位:千円)

	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	第42期連結
決算年月	2019年 8月	2020年 8月	2021年 8月	2022年 8月	2023年 8月	2024年 8月
売上高	7,037,579	6,130,207	5,764,901	5,623,412	5,379,731	6,124,357
経常利益	40,689	-433,191	-4,462	-113,602	-307,307	104,024
当期純利益	7,009	-610,621	-690,265	-133,828	-393,583	133,275
資本金	409,796	409,796	409,796	409,796	409,796	100,000
発行済株式総数 (自己株式除く)	804,209	804,164	804,164	804,140	804,080	804,040
純資産額	2,349,516	1,921,643	1,385,264	1,134,457	979,213	1,383,503
総資産額	5,151,138	4,252,409	3,823,133	3,521,858	3,796,251	4,274,944
自己資本比率	45.6%	45.2%	36.2%	32.2%	25.8%	32.4%
1株当り純資産	2,921.53	2,389.62	1,722.61	1,410.77	1,217.81	1,720.69
1株当り純利益	8.72	-759.28	-858.36	-166.42	-489.40	165.76
配当金 (円)	60	40	40	30	0	50
配当性向	688.1%	-	-	-	-	30.2%

<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