



アルファ Presentation (4760)

2023年8月期 決算説明資料

令和5年10月12日



(東証STD:4760)

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

2023年8月期 決算総括(1):業績

■ **23/8期(41期)の業績:減収・減益(経常利益▲307百万円):** 新型コロナが5類に移行され人流は回復するも、物価上昇に実質所得が追い付かず消費動向は低迷。小売店各社は、物価上昇に加え光熱費等の上昇のコスト増対応等で販促予算の抑制が続く。大手企業向けは堅調なるも、中堅・中小向けPOPサービスが低迷し減収・減益。

売上:5,379百万円(前期比▲4.3%)

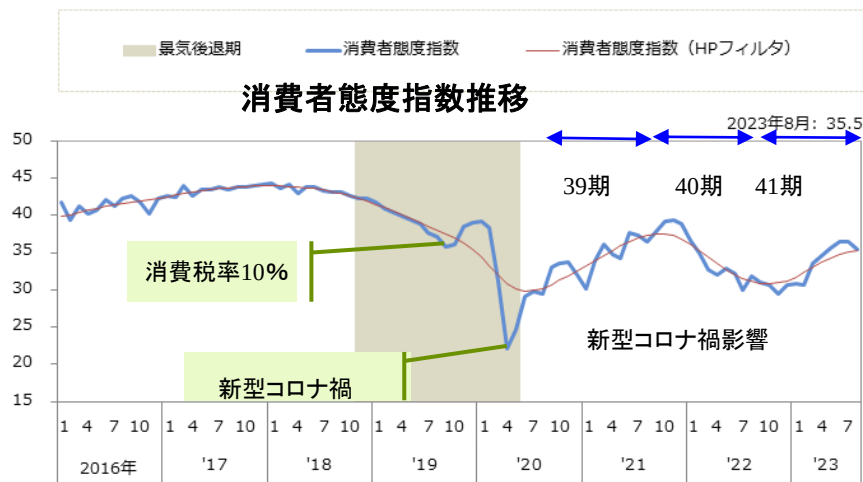
経常利益:▲307百万円(前期実績▲113百万円)

■ **24/8期(42期)通期業績予想:** 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活用と複合し強化・拡大を図り、増収・増益(黒字化)を必達。子会社各社も黒字化を必達。

売上:5,830百万円(前期比+8.4%)

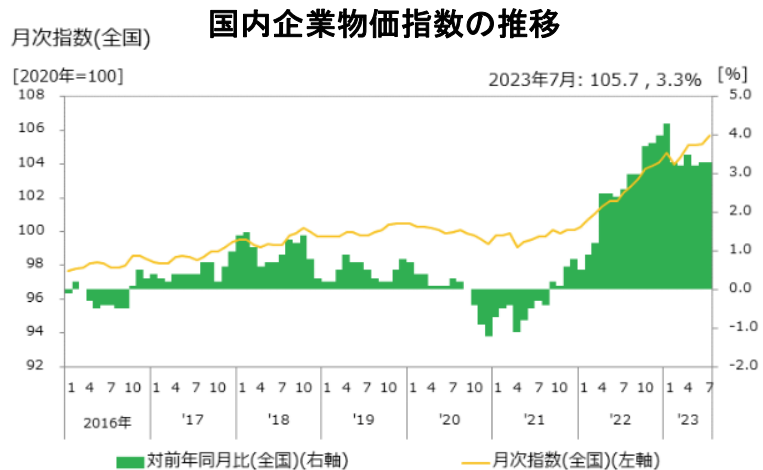
経常利益:40百万円(黒字化)

消費者態度指数



© jp.gdfreak.com

消費者物価指数の推移



© jp.gdfreak.com

2023年8月期決算総括(2):事業・施策

■ **販促キャンペーン(前期比▲2.5%)**: 上期は10月にメーカー(製造業)各社の値上げが行われ、年末年始も販促予算がマイナスとなり、販促キャンペーンも前期比2桁減であったが、下期に入り回復基調となり通期で前期比▲2.5%まで回復。今期もコロナ前以上の販促キャンペーンの取り込みを計画。

■ **ノベルティ(前期比+5.9%)**: 東京を中心とした東日本地域におけるノベルティ需要が回復し前期比+5.9%となった。新型コロナの5類移行以降もイベント等の復調傾向が顕著となり、今期は更なる伸長を狙う。

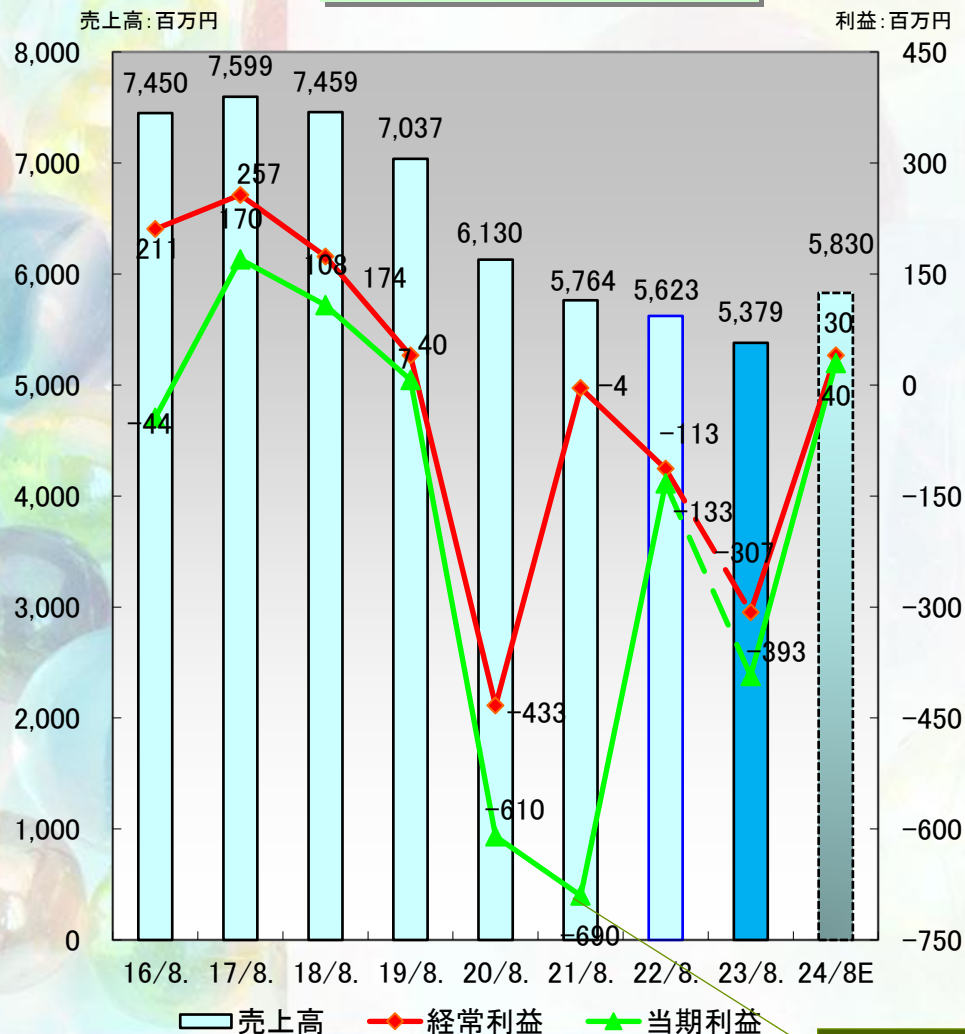
■ **POP GALLERYオンライン(前期比▲5.2%)**: POPデジタル・サービスであるPOP GALLERYオンラインは、物価の上昇、小売店の光熱費等の上昇により上期は前期比2桁の減収であったが、下期は復調基調となり、通期では前期比▲5.2%まで回復。外部サイトとの連携強化に加え、中小小売向け営業強化策により今期増収・増益の計画。

■ **POP作成アプリ「POPKIT」**: 法人向け、個人向けSaaSビジネスモデルで、特に個人向け有償契約者数は8,500名を突破し、早期に10,000件達成に向けた取り組みを推進中。業績も通期黒字化を達成し利益貢献。法人ID数の伸び悩みを今期中小企業向け営業強化策と連動し、法人顧客1,000件を目指す。

■ 子会社オーケー企画は、内部収益体質の強化により赤字幅は縮小。小売業界の新規出店傾向も回復してきており、今期はトップラインの伸ばし黒字化達成の計画。

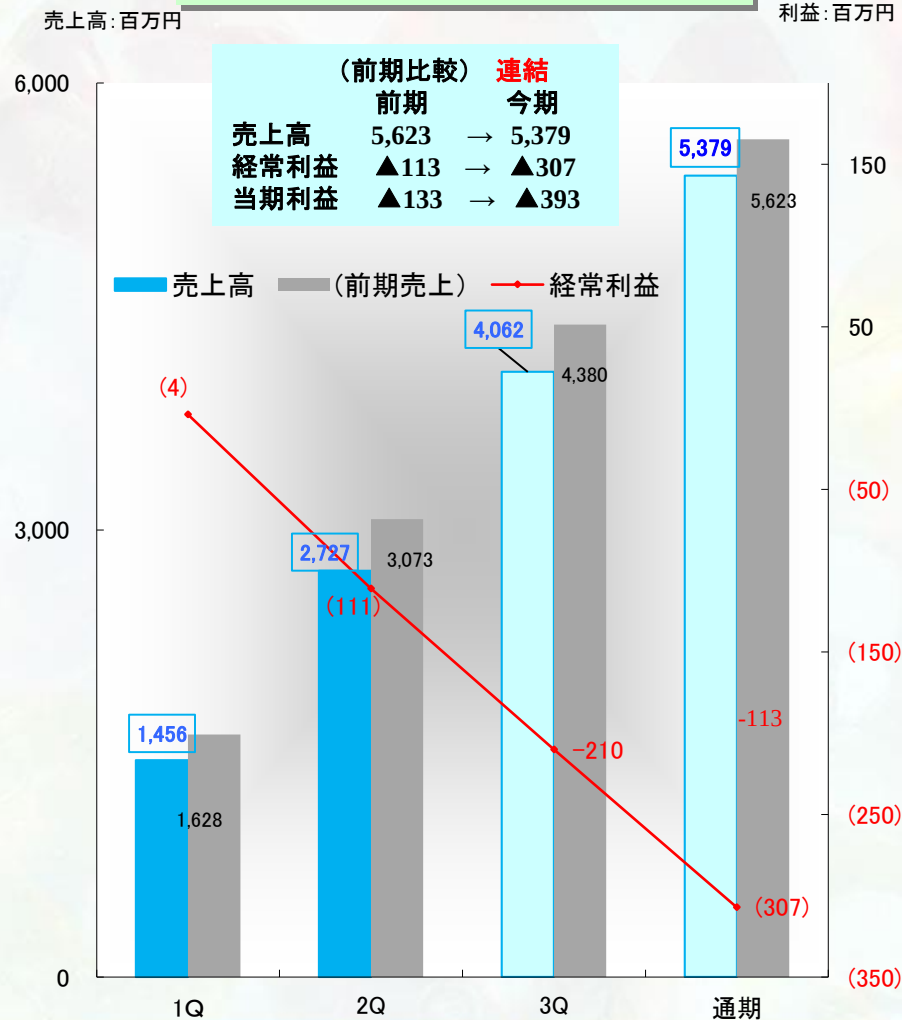
2023年8月期 : 連結業績推移(連結)

通期業績推移



不動産の減損を実施

2023/8期 累積業績推移



2023年8月期(第41期) 連結決算(損益計算書)

決算結果のポイント

～物価・光熱費高騰を受け、消費環境の厳しさが継続～

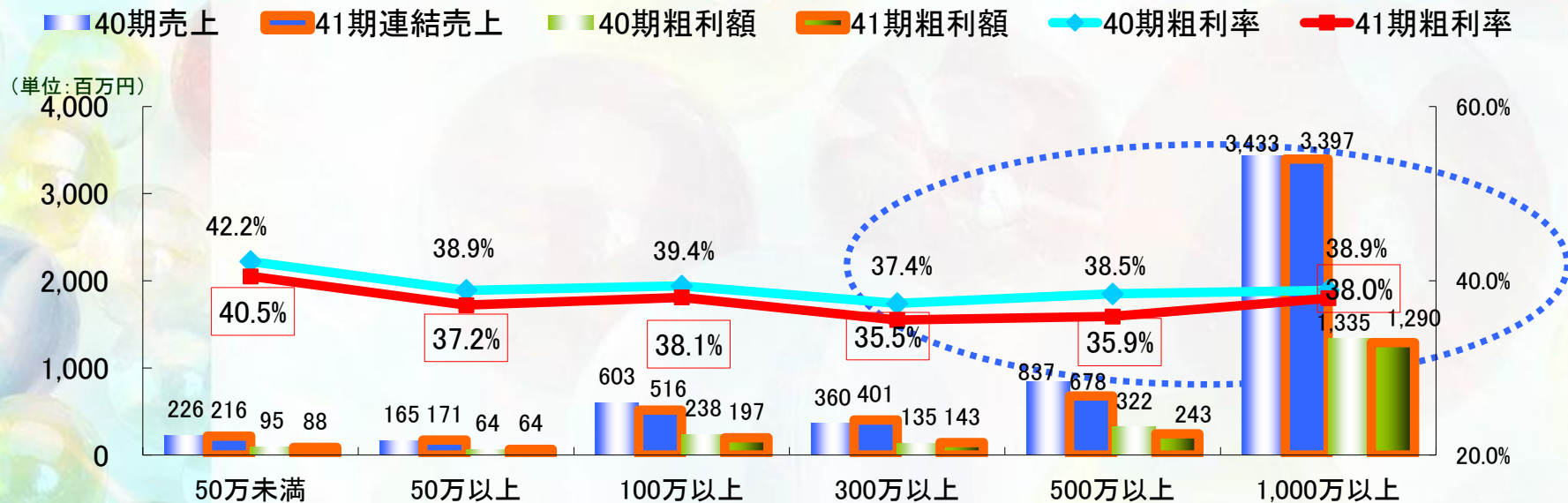
- 売上高は前期比▲4.3%、営業利益は赤字314百万円となった。
- 上半期は各社商品価格の値上げの影響、光熱費高騰の影響を受け、製造業・小売店各社の販促予算が減少となり、売上高で前期比11.3%の減少となった。下期に新型コロナの5類移行となり回復基調なるも、実質賃金の減少により消費環境は厳しい状況が継続。

(単位: 百万円)

連結	22/8期 実績	23/8期 実績	前期比%	要因
売上高	5,623	5,379	-4.3%	アルファ単体▲266百万円(▲5.0%)
売上総利益	2,189	2,024	-7.5%	製品▲93百万円、商品▲70百万円
売上総利益率%	38.9%	37.6%	-	全体粗利率▲1.3ポイント
販売一般管理費	2,335	2,338	0.1%	
営業利益	-146	-314	-	
営業利益率 %	-2.6%	-5.8%	-	
営業外損益	32	6	-81.3%	貸倒引当金戻入金20百万円
経常利益	-113	-307	-	
経常利益率 %	-2.0%	-5.7%	-	
当期純利益	-133	-393	-	

* 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、前期比増となったのは、50万円以上と300万円以上の顧客層で、前期を上回ったが、50万円未満、100万円以上、500万円以上、1,000円以上で、特に500万円以上の約160百万円の減少が大きかった。
- 粗利率については、売上高同様に500万円以上の粗利額が78百万円減少（粗利率▲2.6ポイント）の減少となった。1,000万円以上の大口に関しては粗利率▲0.9ポイントの減少。

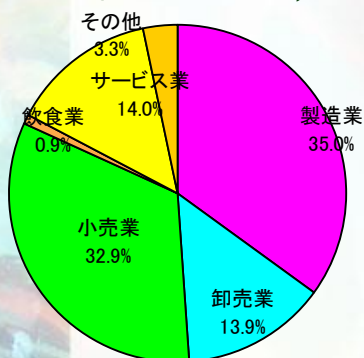
業種別販売実績：(連結)

■ 業種別売上高は、販促キャンペーンの効果から前期に引き続き製造業の売上高が構成比ともに小売業を超過。製造業は件数は前期を下回ったものの、売上高は前期並みをキープ。卸売業については前期比で最も売上高を落とし前期比170百万円の減収となった。

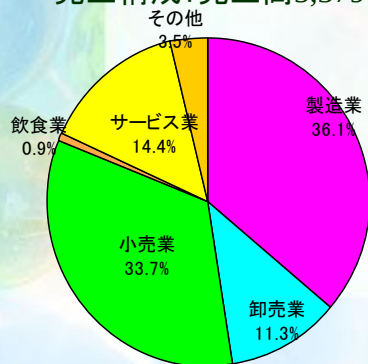
■ 取引先件数については、全ての業種で前期を下回るも、売上単価は卸売業を除いてすべてで単価上昇し、全体でも、1社当たりの売上単価は前期の1,937千円から1,942千円と上昇し効率性が高まっている。

業種別売上高

22/8期 売上構成: 売上高 5,623百万円

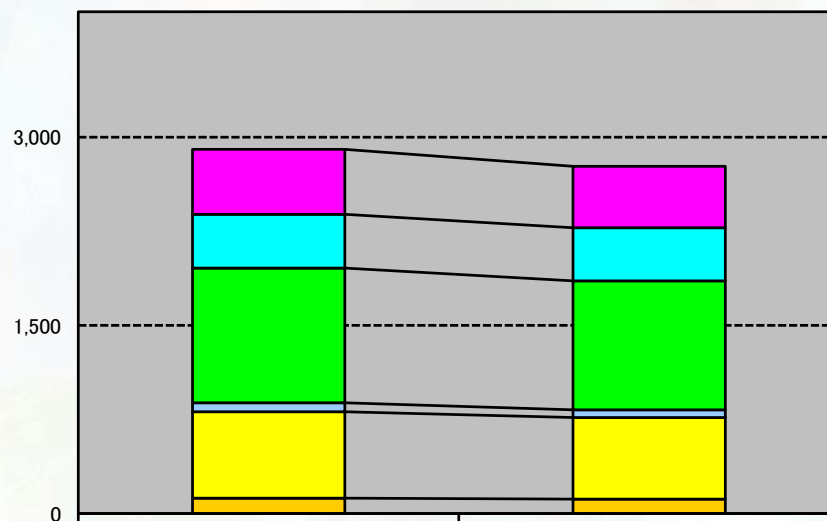


23/8期 売上構成: 売上高 5,379百万円



業種別取扱い件数

(件)

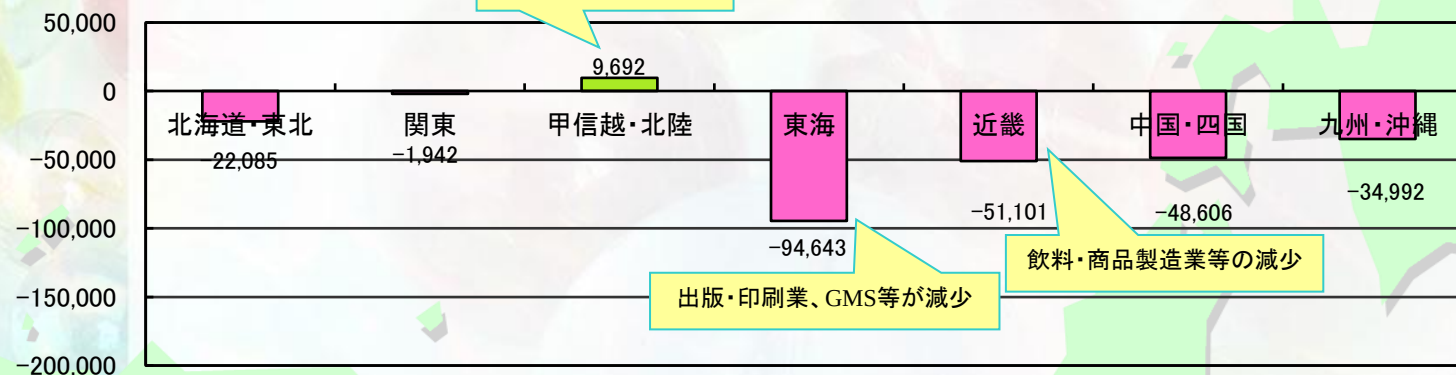


	40期	41期
製造業	516	490
卸売業	430	423
小売業	1,074	1,028
飲食業	72	63
サービス業	689	650
その他	122	115

地域別売上高・粗利額推移：連結ベース

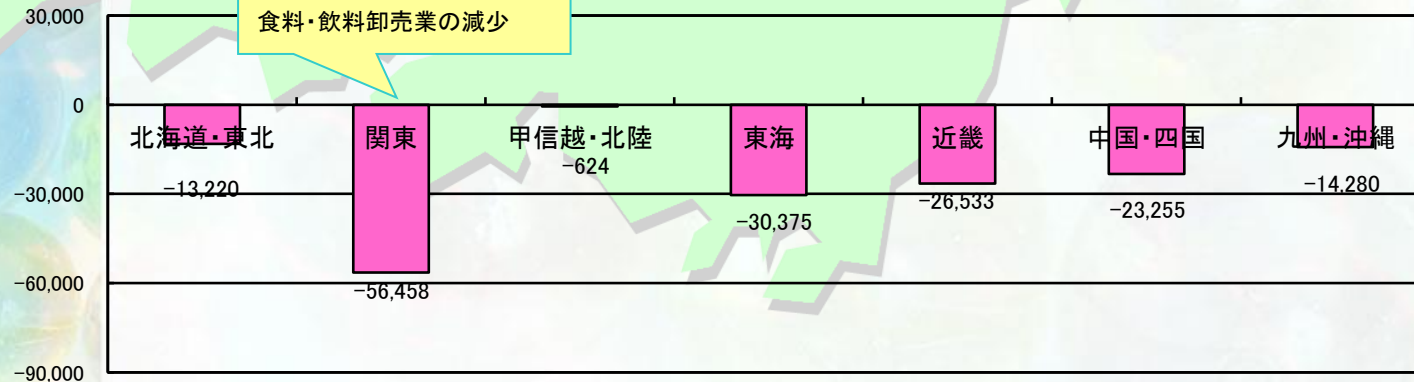
【売上高(対前年同期比増減額)】

(単位:千円)



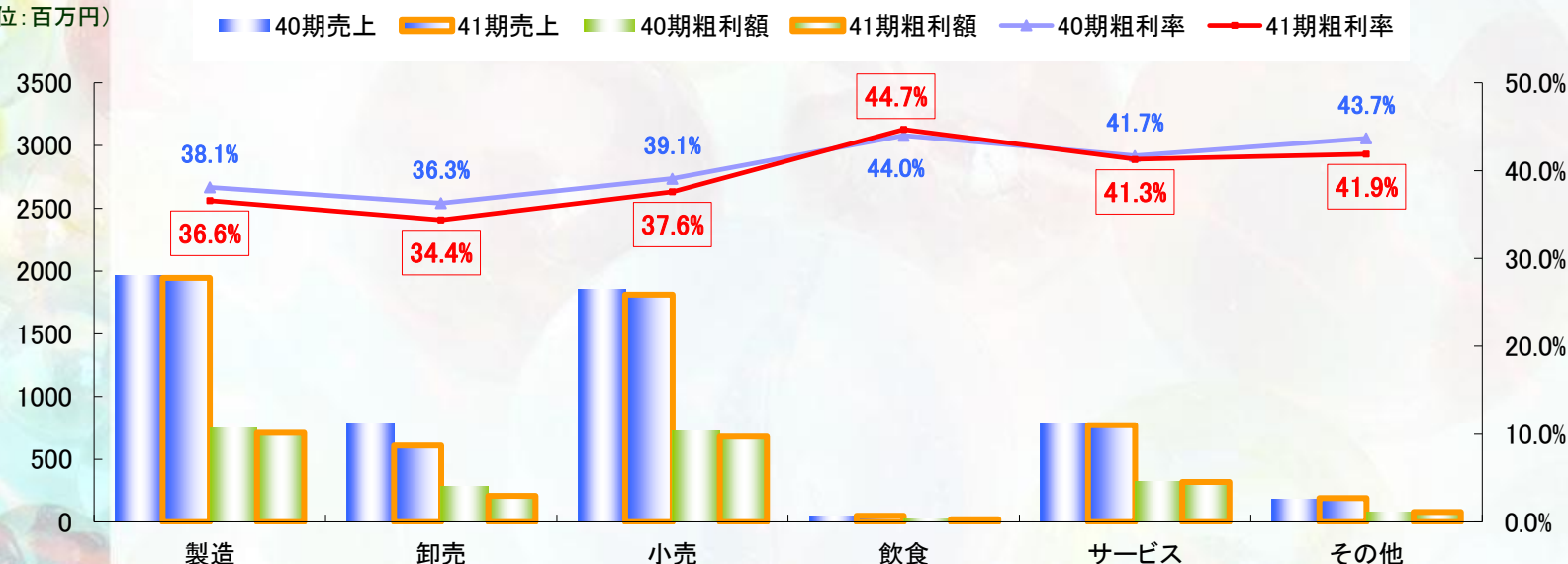
【粗利額(対前年同期比増減額)】

(単位:千円)



業種別：売上高・粗利推移 (連結)

(単位: 百万円)



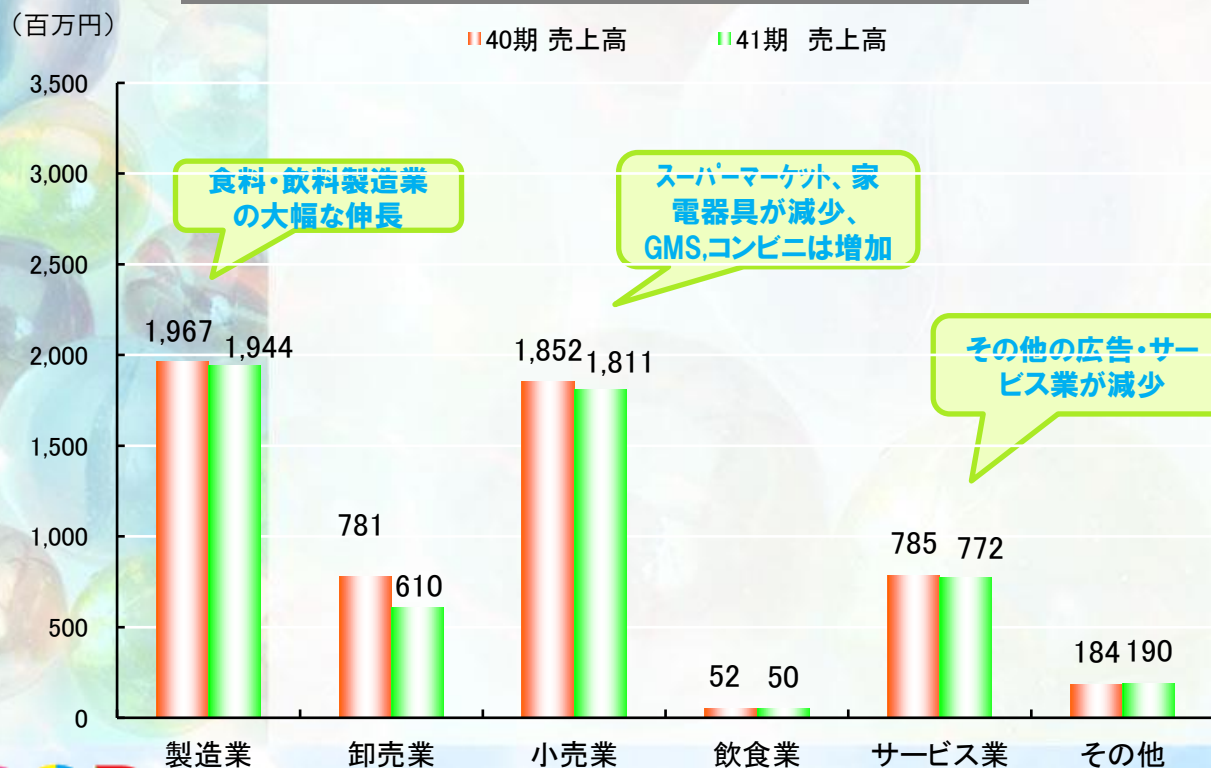
■ 売上においてはその他で前期比3.0%増した他はすべてで前期を下回り、特に卸売業が大口の食料・飲料卸売業の減少が響き、前期比21.9%の大幅な減少となった。

■ 粗利率ベースでは、飲食業を除き全体的に前期を下回る推移となったが、サービス業で新たに情報通信の販促ニーズを取り込み売上と粗利額向上に貢献。

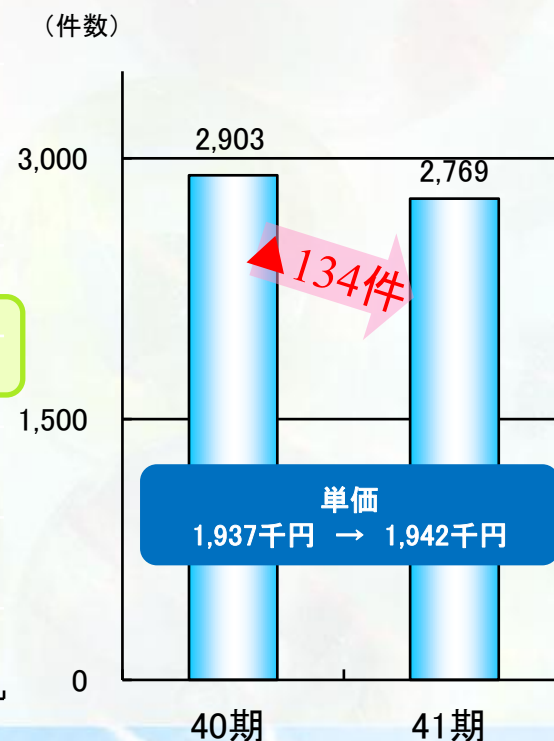
業種別取引先件数：(連結)

- 業種別売上高では、製造業・卸売業・小売業・サービス業の主力4業種が、前期を下回り特に大口の食品・飲料卸売業社の減少が大きく響いた。
- 全体取引先件数は、全業種で減少し前期比▲134件の2,769件となったが、単価は微増となった。今期は、中堅・中小企業への営業強化により取引件数UPを図る。

業種別売上高



取引先顧客数

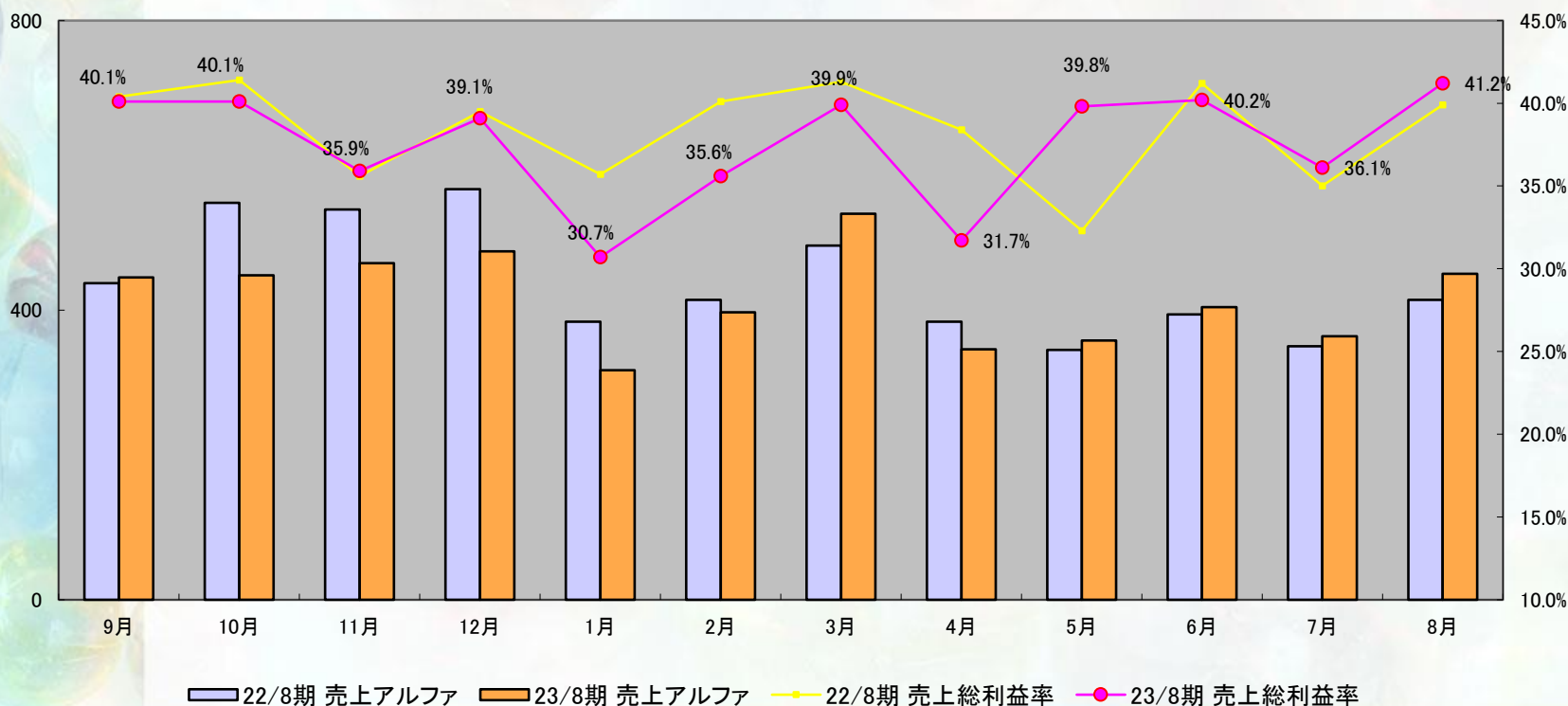


月次売上高・粗利率推移： アルファ単体

■ アルファ単体の月次売上高・粗利率推移

- ・ 売上高は、上半期は大苦戦、新型コロナ5類移行の発表以降に月次で前期を上回るペースに回復基調となるも、戻りはスローペース。粗利率も5月以降は回復基調。

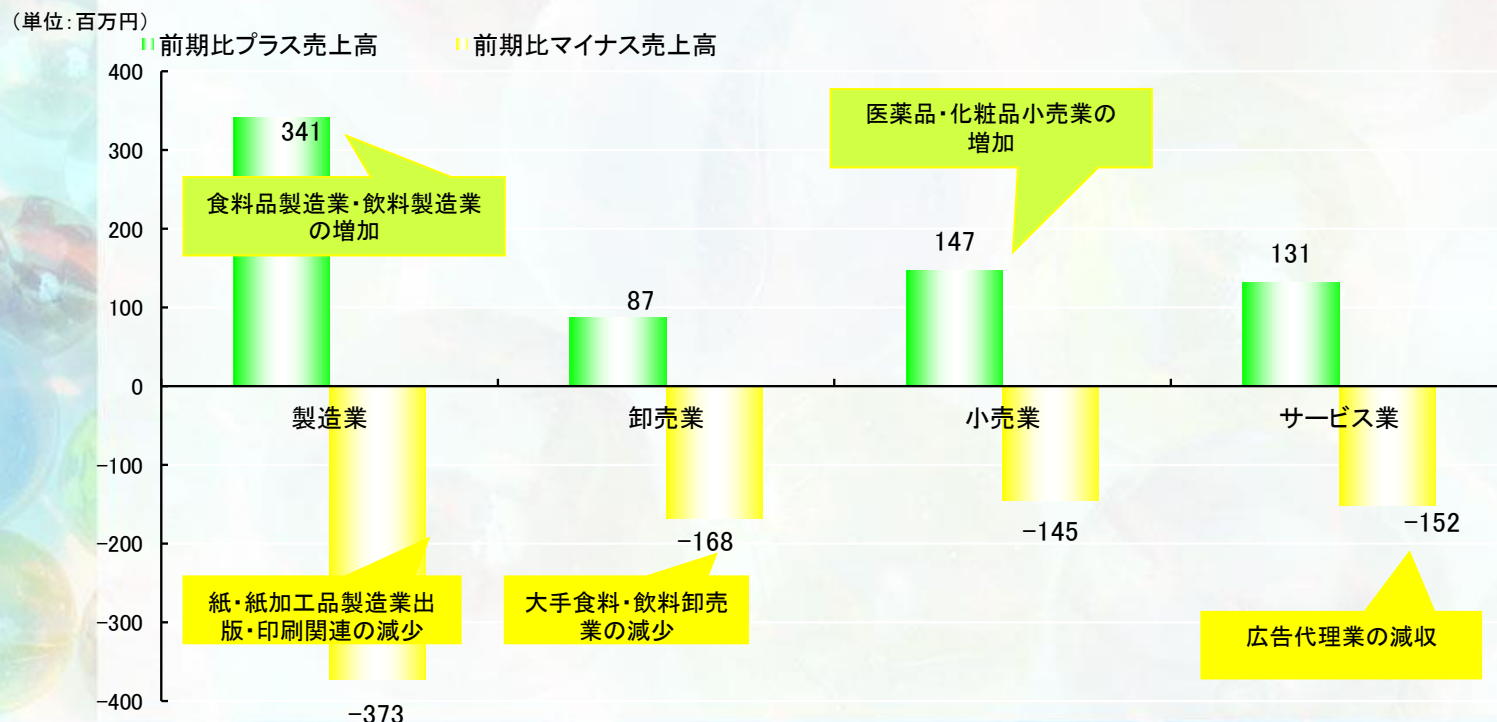
(単位:百万円)



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。
- 製造業は食料品・飲料製造業向けは大きく伸びたものの、紙・紙加工品製造業や出版・印刷関連が減少。卸売業は大手卸売業の減収、小売業は医薬品・化粧品小売業が売上を伸ばした。サービス業は広告代理店が引き続き減少の中で、情報サービス業の取り込みに成功。

前期比との差額で、300万円以上取引先の業種別内訳



2023年8月期：連結 B/S & CF

■ 自己資本比率25.8%、フリーキャッシュフロー▲390百万円

(単位:百万円)

(単位:百万円)

連結	22/8期末	23/8月末	コメント
流動資産	2,458	2,317	
現金・預金	1,120	961	
受取手形・売掛金等	834	863	
製品・商品	383	398	
その他	121	95	
固定資産	1,062	1,478	
有形固定資産	768	760	
無形固定資産	-	9	
投資その他資産	294	708	退職給付に係る資産495M
資産合計	3,521	3,796	
流動負債	1,740	2,056	
支払手形・買掛金	498	522	
短期借入金	690	970	
一年以内返済予定長期借入金	254	235	
未払法人税等	13	13	
賞与引当金	43	38	
その他	242	278	
固定負債	646	760	
純資産合計	1,134	979	
自己資本比率%	32.2%	25.8%	
負債・資本合計	3,521	3,796	

	22/8期	23/8期
営業キャッシュフロー	-154	-354
投資キャッシュフロー	-73	-36
フリーキャッシュフロー	-227	-390
財務キャッシュフロー	74	230
現金・現金同等物期末残高	579	420

フリーキャッシュフローは▲390百万円

【営業キャッシュフロー】 ▲354百万円

税引前当期純利益 ▲388百万円

減価償却 12百万円

減損損失 45百万円

【投資キャッシュフロー】 ▲36百万円

有形固定資産の取得 ▲21百万円

無形固定資産の取得 ▲16百万円

投資有価証券の取得 ▲20百万円

長期貸付金の回収 20百万円

【財務キャッシュフロー】 230百万円

長・短借入金純増加額 255百万円

配当支払 ▲24百万円



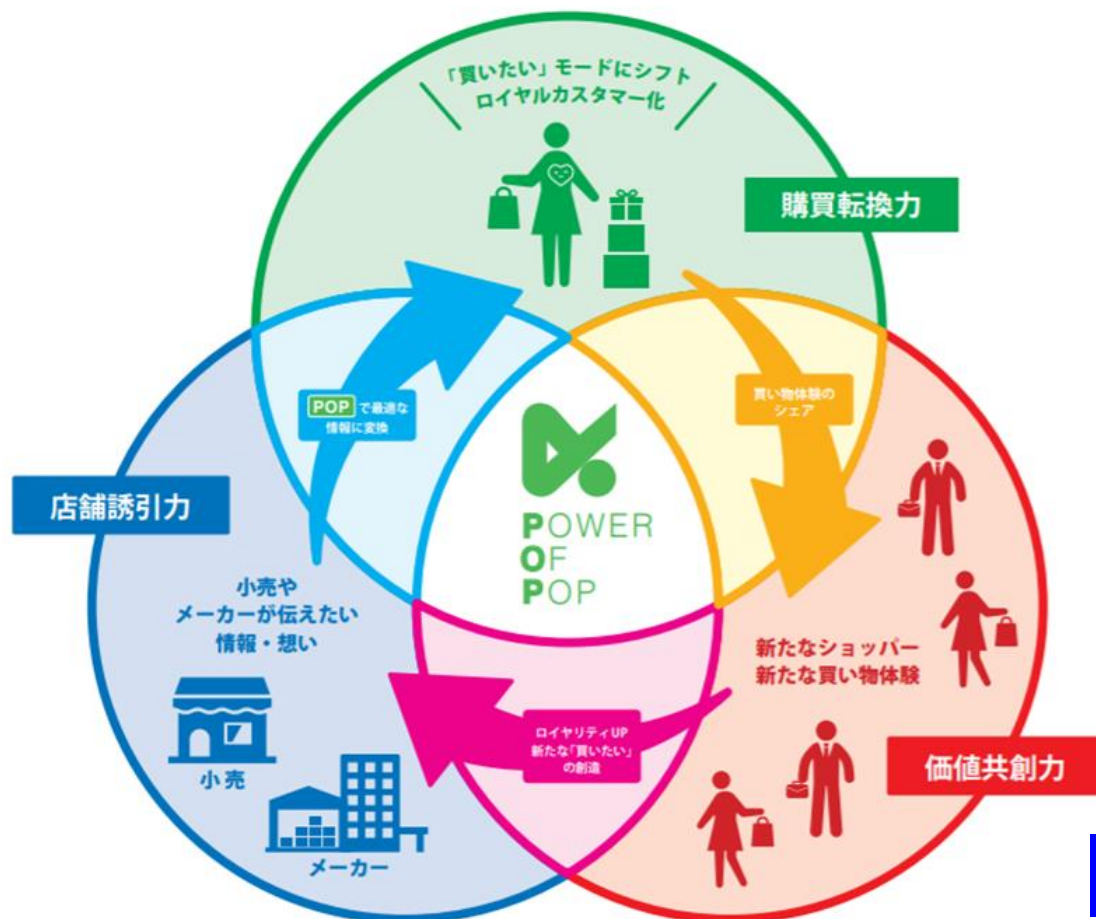
第42期の事業戦略 & 業績予想

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

- 1) 全既存顧客への再営業実施と新規営業強化
- 2) POP GALLERY、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
POPKIT

国内最大級！総合販促品サイト
POP GALLERY

- 3) 顧客拡大とPOP GALLERY活用拡大による**収益貢献化**

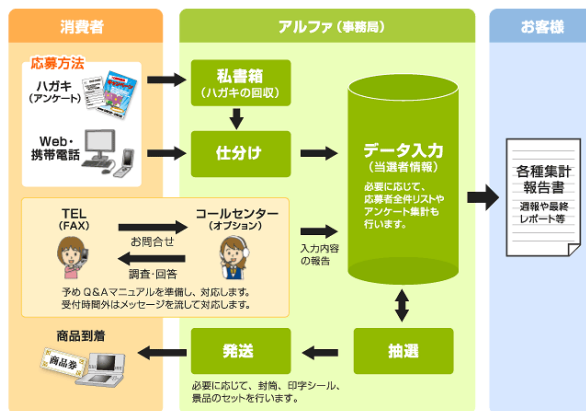
2. 大手企業向けにデザイン・企画力・販促キャンペーンによる売上拡大と収益性向上を推進し、**V字回復と黒字化を死守！**

- 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」上期減速・下期回復基調
(前期比▲2.5%、粗利率45.6%)

- ◆ 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!
- ◆ スピーディな機動力と総合運営力が強み



月間件数: 2022/8期; 187件 → 2023/8期; **157**件

単価: 529千円 → **617**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



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.

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！

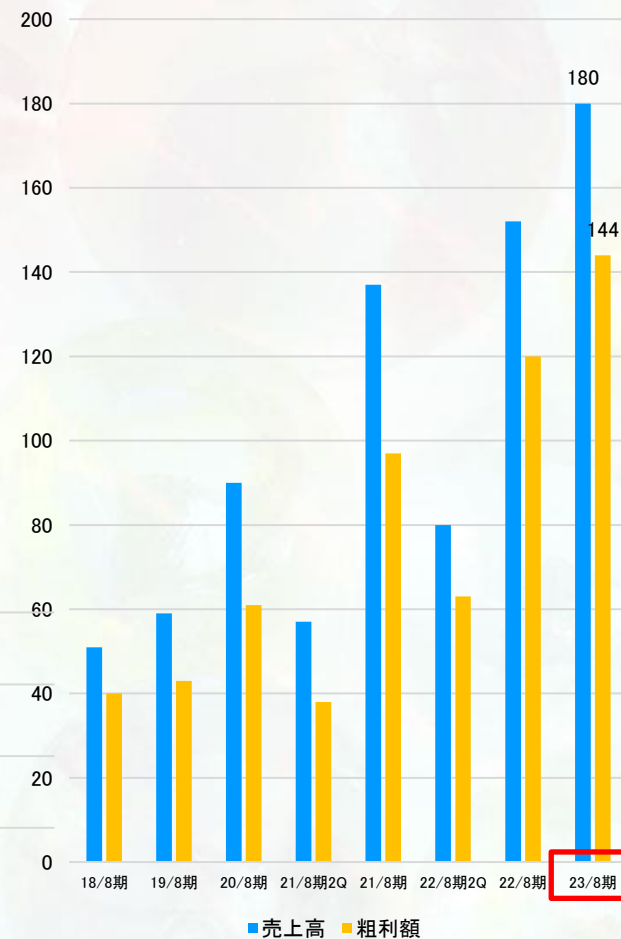
TALK de GET

トークdeゲット



(百万円)

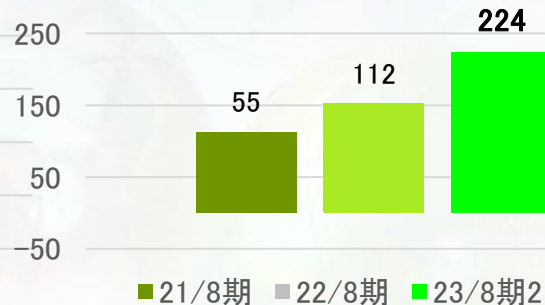
デジタルキャンペーン



モバイルゲット件数

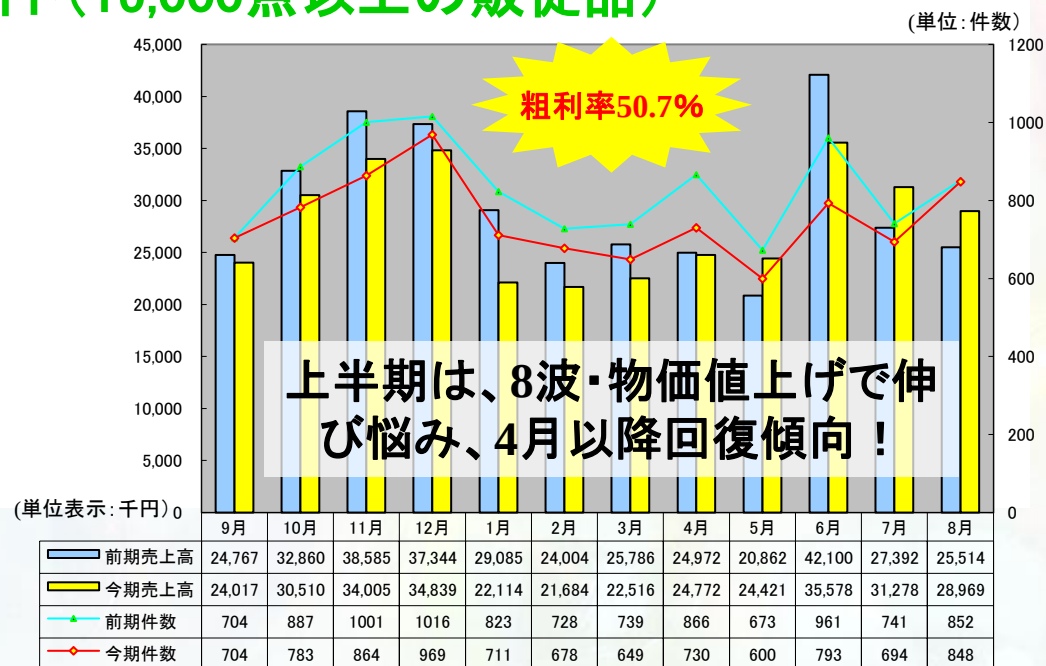


トークdeゲット件数



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
(8月期末 6.2%)

～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、**52万ユーザー突破！！**



誰でもフリーで使える無料版POPKIT

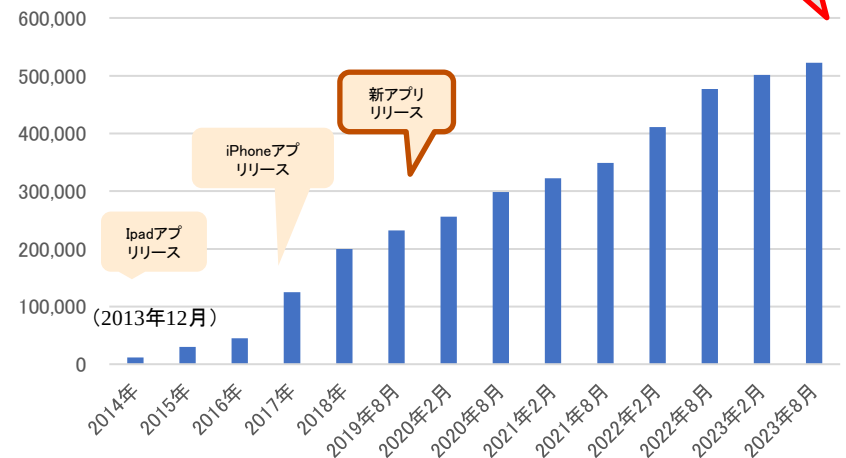
iPad版
アプリ版



iPhone版
WEB版



個人版アプリ会員数推移



2023年8月末時点
522,363 DL

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)

- ・ 今期より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

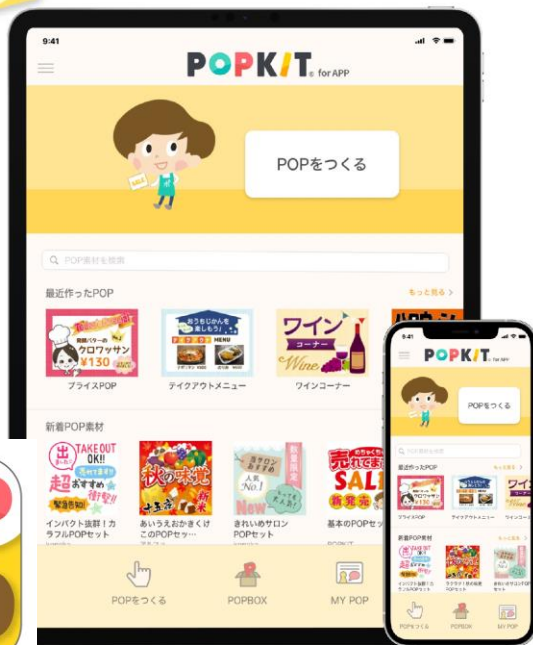


POPKIT: BtoC (アプリリニューアル)

- ・ **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



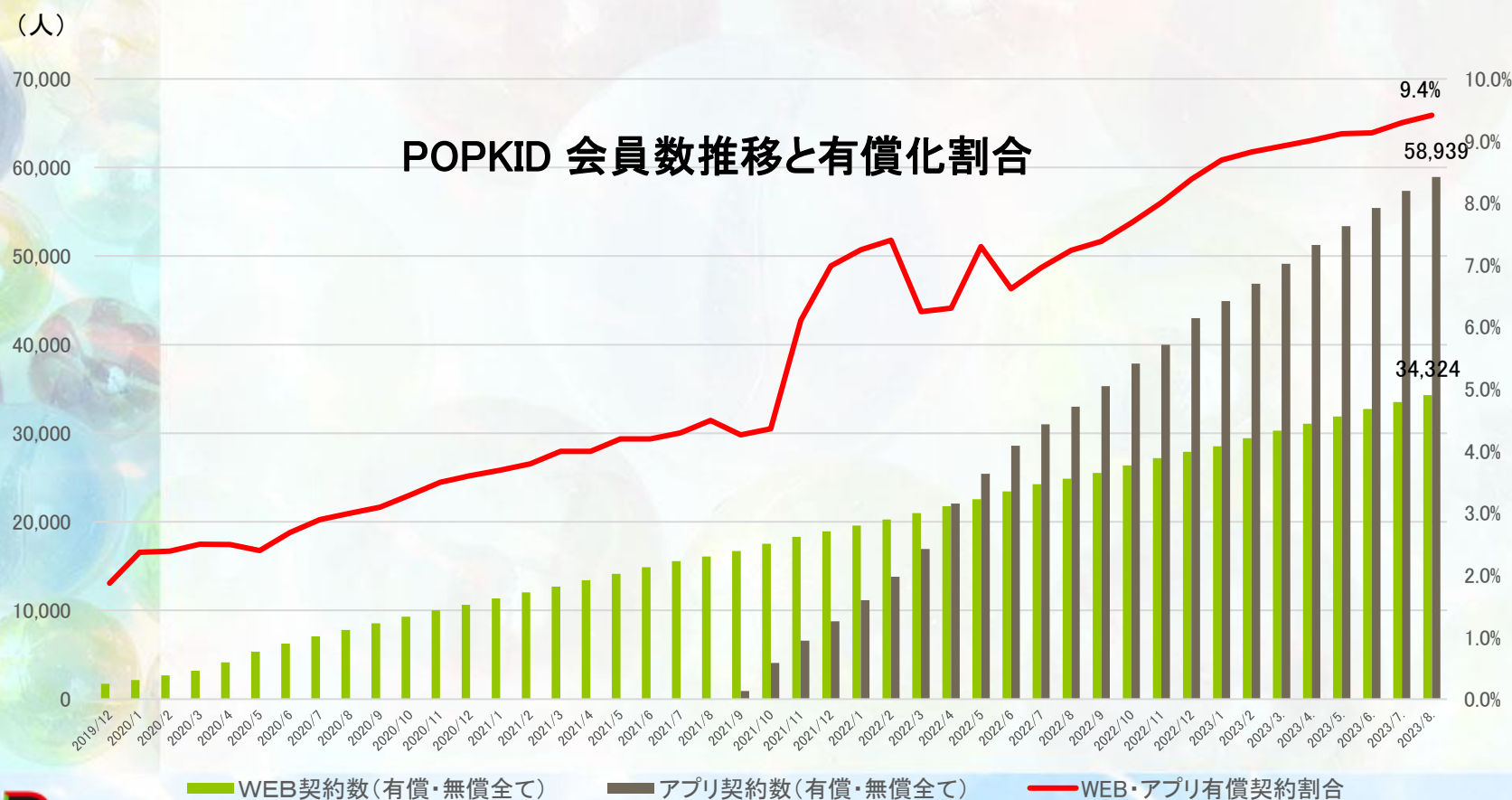
- ① iPhone-iPad-PCでデータ共有
- ② POP素材使い放題の新プラン
- ③ データ全てクラウド上で保管
- ④ その他、便利機能追加
- ⑤ **API連携可能機能**



POPKIT
2023/8月期
経常利益9.7百
万円の黒字化
達成!!

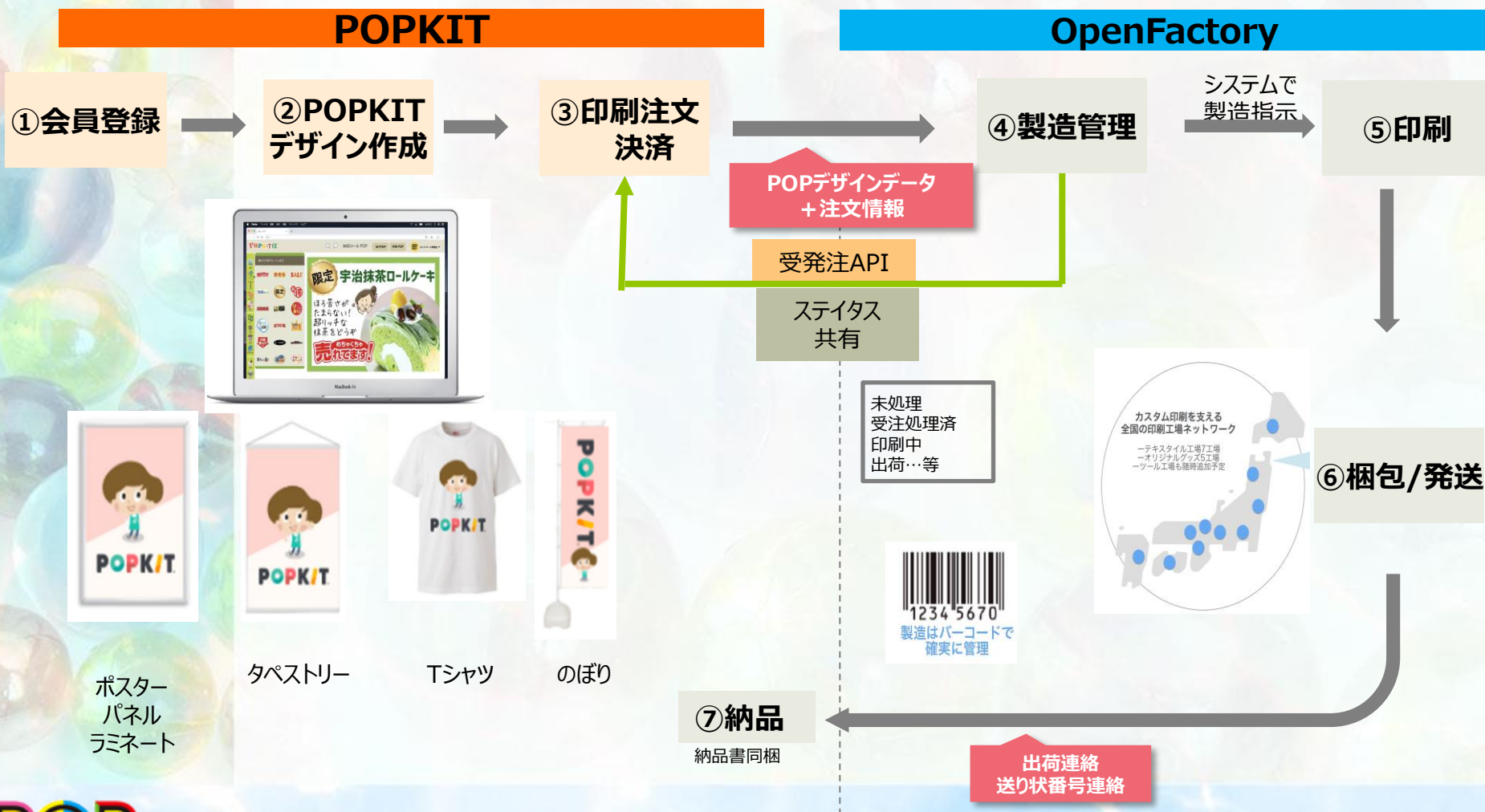
POPKIT 個人向け会員の伸び

- 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、**有償化率9.4%**



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309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

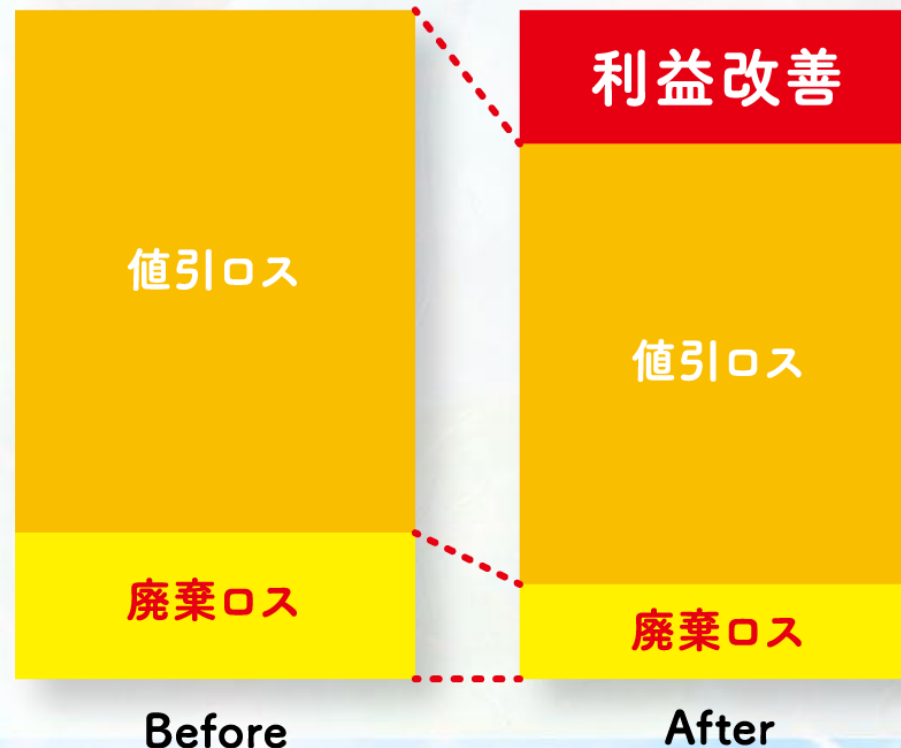
スーパーマーケットチェーン
マルダイ

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

POP GALLERY(BtoB)



POPKIT®

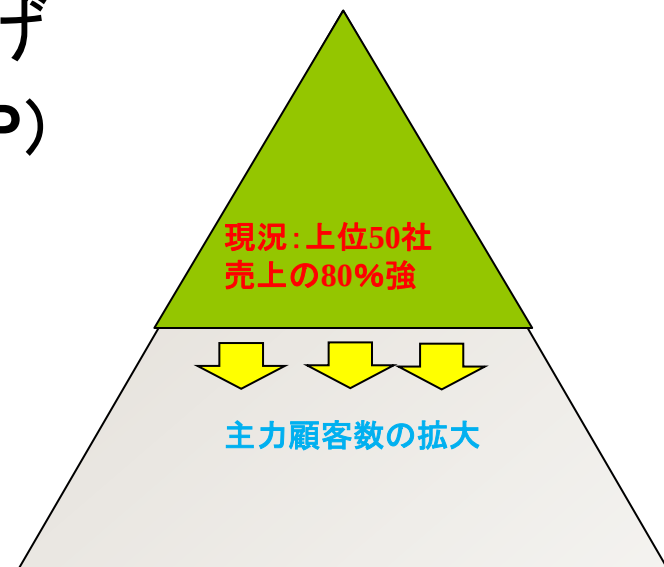
プロフェッショナル(人) & デジタルPOP(DX)

- 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: 0.3億円(黒字化)

EPS: 37.31円

配当(予): 5円

新社長のご紹介：

- ・ 次期定時株主総会のご承認以降に新体制

代表取締役社長： 岡本 悟征（おかもと のりゆき）

生年月日 1971 年 3 月 8 日

所有株式数565株



略 歴

1989 年 3 月 当社入社

2019 年 11 月 取締役就任（現任）、東日本企画営業部、西日本企画営業部、営業推進部担当（現任）

2020 年 9 月 メディア・デザイン部担当

2021 年 9 月 POP GALLERY 事業部担当

2022 年 9 月 マーケティング部、WEB 事業部担当、メディア・デザイン部長

お問い合わせ先

IR統括責任者 代表取締役社長

高尾 宏和

取締役財務部兼経営企画室担当執行役員

難波 和彦

岡山本社 TEL:086-277-4535

FAX:086-277-4533

E-mail : nanbak@popalpha.co.jp

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

本資料は、2023年8月期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2023年8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:2023年8月期末(8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

4億900万円

◆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 高尾 宏和

他取締役6名(内社外2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%、社員持株会6.9%、

(株)シタナ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

342名(他パート23名) 2023/8末現在

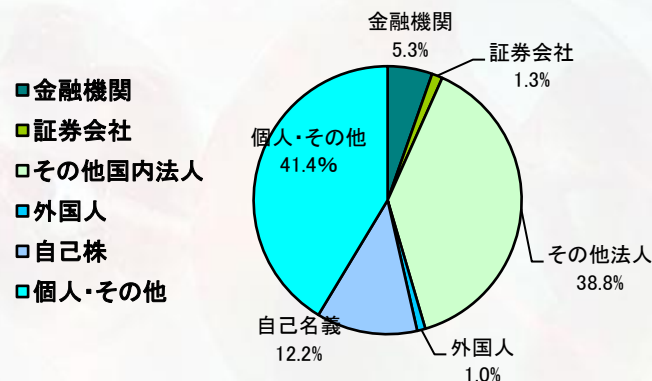
◆営業拠点

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%)

2023年8月末株主構成(株主数738名)

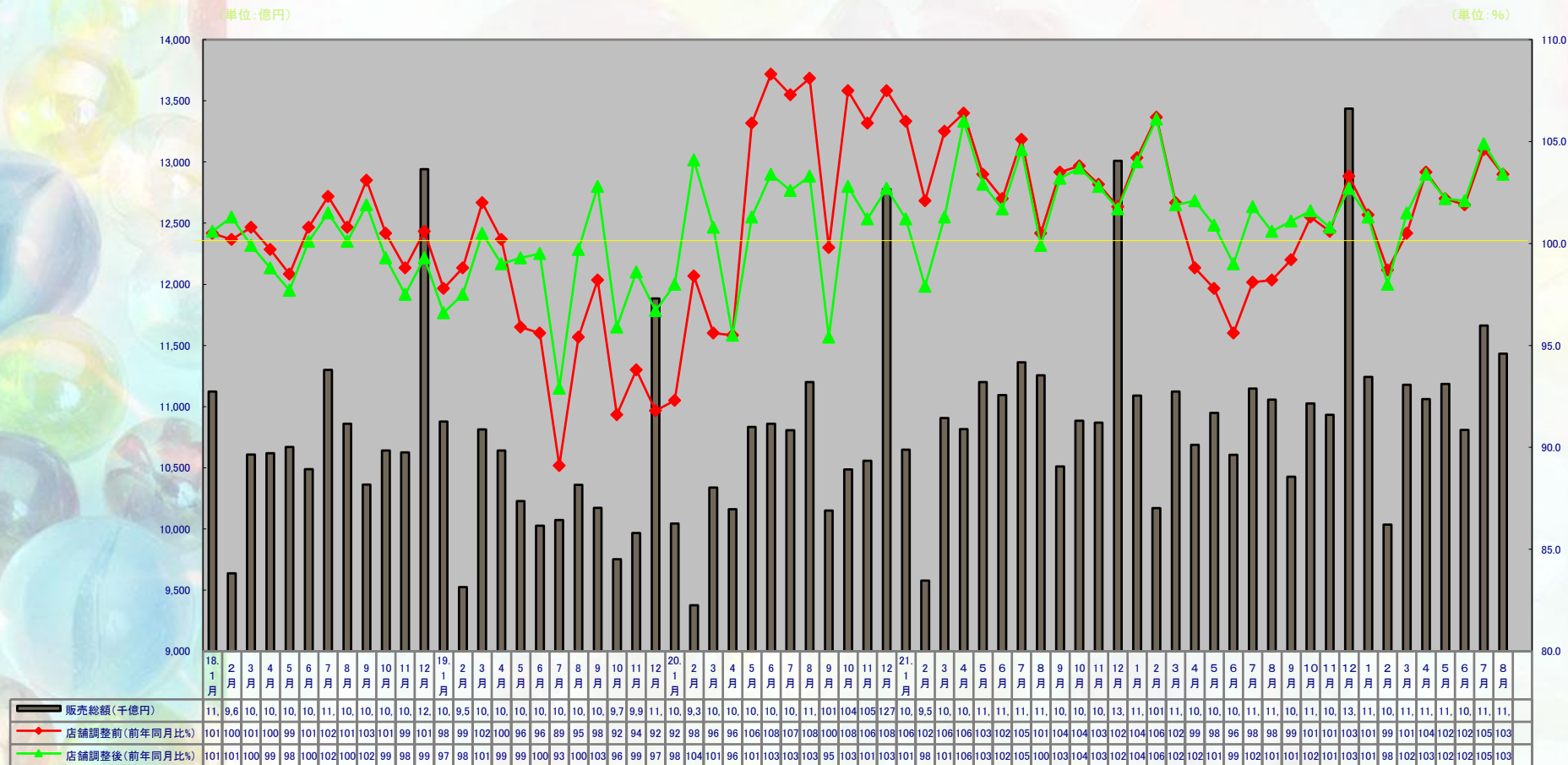


財務指標推移

(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