

|| 企業調査レポート ||

アルファパーチェス

7115 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年3月28日(金)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024年12月期の業績概要	01
2. 2025年12月期の業績見通し	01
3. 中長期の展望：潜在市場は膨大	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 事業セグメント	04
2. 特色、強み	08
3. 競合	11
■ 業績動向	11
1. 2024年12月期の業績概要	11
2. セグメント別状況	12
3. 財務状況	13
4. キャッシュ・フローの状況	14
■ 今後の見通し	15
● 2025年12月期の業績見通し	15
■ 中長期の展望	16
1. 潜在的な市場規模	16
2. APIの開発力が強み	17
■ 株主還元策	19

■ 要約

大企業向け「購買・役務代行」のトップランナーで、 今後の成長余力は大きい

アルファパーチェス<7115>の主力事業は、大企業向け「購買・役務代行」である。事業セグメントとしては、設備・機械の修理用備品、オフィス用品などの間接材購買を行う「MRO※¹事業」と商業施設のメンテナンスなどを行う「FM※²事業」を2本柱としている。どちらも「アウトソーシング事業」であり、今後の成長余力は大きい。「MRO事業」では自社開発したプラットフォーム「APMRO」及び「無限カタログ」を提供しているが、その開発力が成長の源泉となっている。

※¹ MRO = Maintenance Repair&Operation

※² FM = Facility Management

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高55,952百万円(前期比7.7%増)、営業利益1,242百万円(同4.6%増)、経常利益1,227百万円(同3.8%増)、親会社株主に帰属する当期純利益865百万円(同1.8%増)となった。大型工事の2025年12月期へのずれ込み等で売上高は見通しを下回ったが、減価償却費が微減となったことなどから利益予想は達成した。セグメント別では、MRO事業では大企業向けが好調に推移したことで売上高は前期比11.0%増となり、販管比率が低下したことなどから営業利益は同20.9%増となった。FM事業では、大型改装案件が後ずれしたこと等から売上高は同0.4%減となり、売上構成の変化で営業利益は同19.0%減となった。重要な指標である大手企業(企業グループ単位での月平均購入金額が1,000万円以上)の契約数は期末で42社(前期末比2社増)となった。

2. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高61,975百万円(前期比10.8%増)、営業利益1,410百万円(同13.5%増)、経常利益1,400百万円(同14.0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益979百万円(同13.1%増)を見込んでいる。MRO事業では、大手企業向けの売上は既存顧客の継続的な購入増に加え、新規顧客も増加したことから2ケタ成長が続く見込みで、売上高は前期比9.0%増を予想している。FM事業においても、前期からずれ込んだ大型案件が立ち上がることから売上高は同15.8%増の17,000百万円の見込み。経費面では、IT経費(償却含む)や人員関連費用(派遣社員、教育費等含む)が増加する見込みだが、これらを吸収して営業増益を達成する計画だ。

要約

3. 中長期の展望：潜在市場は膨大

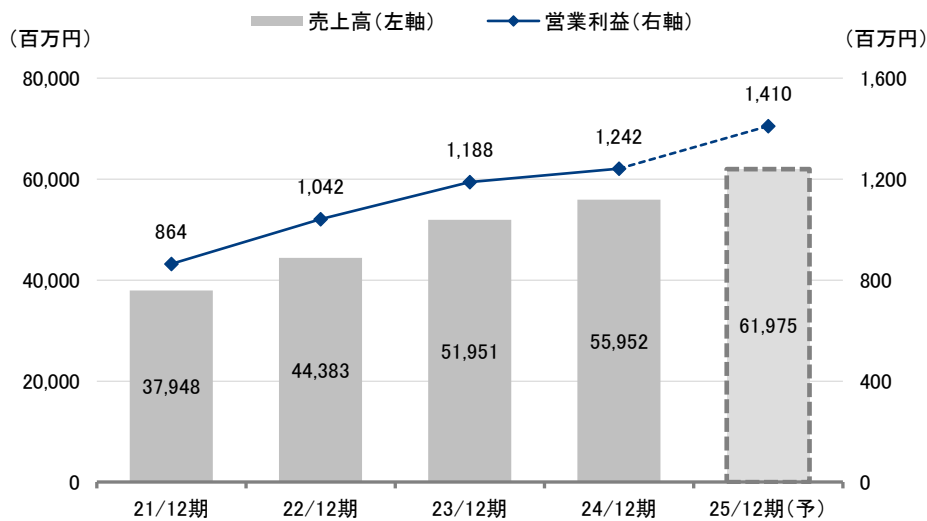
同社の主要事業は購買・役務代行であるが、対象とするのは売上高 1,000 億円以上の大企業に絞っており、潜在的な企業数は約 1,000 社あると推定されている。MRO 事業において現時点で同社が契約を締結している大口顧客は 42 社のみであり、ポテンシャルは大きいと言えるだろう。同社の推定では、大企業が年間に購入する資材は大部分が原材料や部品などの「直接材」だが、同社事業の対象となる間接材（消耗品、工具備品等）市場は約 5 兆円あり、その内の多品種・少量アイテムのロングテール MRO 市場は約 1 兆円とみている。このうち約 60% は仕様確定や価格交渉等が必要であり、残り約 40% が交渉を必要としない「カタログ品市場」であり、ここが同社の現時点の事業領域で、約 4,000 億円と推定される。現在の同社の MRO 事業の顧客数は、取引高が小さい顧客を含めても 87 社に過ぎず、1,000 社の 8.7% に留まる。同社の最大の強みは、顧客側のシステム（ERP※等）とサプライヤー側のシステムを連携する仕組み、いわゆる API（Application Programming Interface）を自社開発できることにある。カタログ購入の市場には様々な企業が存在するが、現時点において同社と同規模で同様の購買代行サービスを大手企業向けに行う企業は見当たらず、厳密に言えば正面から競合する企業は皆無と言える。部分的には競合する企業があるが、むしろこの市場における最大のライバルは「内製＝自社内購買部門」と言える。大企業においては、今後さらに間接費用の削減（アウトソーシングの増加）が進むことが予想されるため、同社の事業が拡大する余地は大きいと言えるだろう。

※ ERP：Enterprise Resources Planning

Key Points

- ・大企業向け「購買・役務代行」が主要事業、開発力で差別化
- ・顧客数増で 2025 年 12 月期は 13.5% の営業増益予想
- ・大企業の外注化率は低く、潜在市場が拡大する余地は大きい

連結業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

1. 会社概要

同社は2000年11月に米国の投資ファンドであるリップルウッドを中心に設立されたが、2008年のリーマンショックで筆頭株主が日本を撤退した時に、他の主要株主の分を含め、現在の筆頭株主であるアスクル<2678>が株式を買取った。現在の主力事業は、「購買・役務代行」であり、事業セグメントとしては、設備・機械の修理工用備品やオフィス備品などの間接材購買プラットフォーム「APMRO」及び「無限カタログ」を運営する「MRO事業」と商業施設のメンテナンスなどを行う「FM事業」を2本柱としている。東京都港区に本社を置き、2024年12月期の売上高は55,952百万円、期末従業員数は264名となっている。

2. 沿革

同社は2000年11月に、企業向けMRO（間接材・副資材）提供会社として、米国の投資ファンドであるリップルウッドを中心に設立された。その後、主力事業を拡大するのに加えて、2006年にはファシリティマネジメント事業の拠点として、東京都千代田区神田に24時間対応のオフィスを開設した。その後、リーマンショックにより筆頭株主のリップルウッドが日本から撤退したのに伴い、主要株主がアスクルに交代した。その際、会社分割を用いた新旧会社分離方式で、法人格を変更した。

株式については、2022年12月に東京証券取引所スタンダード市場に上場した。現在は、アスクルが62.43%所有する筆頭株主となっており、アスクルの連結子会社でもある。

沿革

年月	主な沿革
2000年11月	米リップルウッドが筆頭株主として企業向けMRO（間接材・副資材）提供会社として、東京都千代田区内幸町にて設立
2006年9月	ファシリティマネジメント事業の拠点として、東京都千代田区神田に24時間対応のオフィスを開設
2010年11月	主要株主がアスクル（株）に交代。その際、会社分割を用いた新旧会社分離方式で、法人格変更
2013年1月	佐川アドバンス（株）から施設管理事業を事業譲受。特定建設業許可を取得
2014年1月	テクノロジー部門を分離し、ATC（株）を設立
2016年5月	本店を東京都港区三田に移転
2022年12月	東京証券取引所スタンダード市場上場
2024年6月	会社分割（新設分割）によりAPリノベーションズ（株）を設立。建設事業を承継

出所：ホームページよりフィスコ作成

■ 事業概要

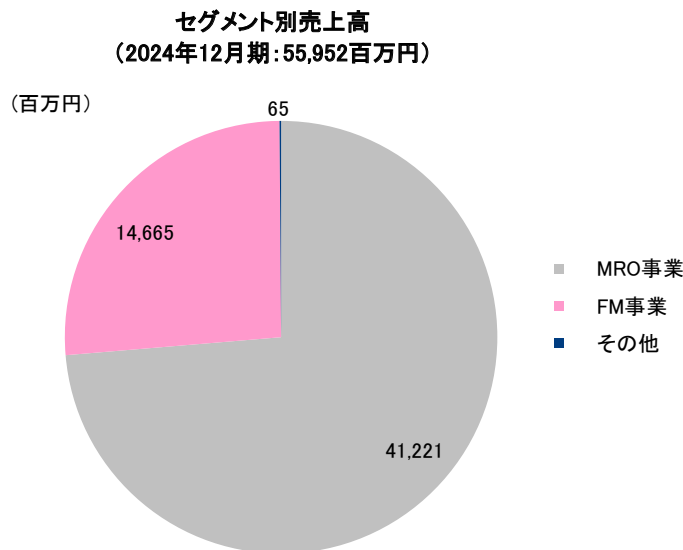
購買代行を行う MRO 事業と役務代行の FM 事業が 2 本柱、 積み上げ型の事業モデルで安定性が高い

1. 事業セグメント

同社の事業セグメントは、設備・機械の修理用備品やオフィス備品などの間接材購買プラットフォーム「APMRO」及び「無限カタログ」を運営する「MRO 事業」と商業施設のメンテナンスなどを行う「FM 事業」、「その他」の3つで開示されている。

2024年12月期のセグメント別売上高は、「MRO 事業」が41,221百万円（売上構成比73.7%）、「FM 事業」が14,665百万円（同26.2%）、「その他」が65百万円（同0.1%）であった。また、セグメント別営業利益は、「MRO 事業」が769百万円（営業利益構成比61.9%）、「FM 事業」が389百万円（同31.3%）、「その他※」が83百万円（同6.7%）であった。

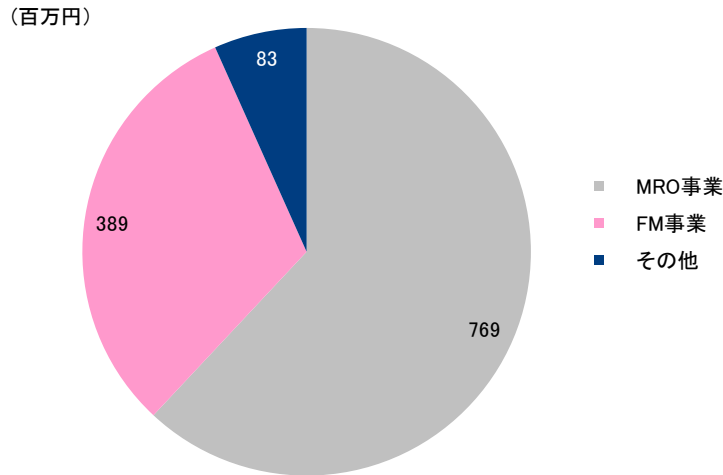
※「その他」は子会社である ATC(株)のソフトウェア事業の外販売上（連結内部控除される同社向けの IT サービス事業売上を除く売上）が計上されている。一方で、「その他」の営業利益には、ATC の同社向けサービス事業の利益等が含まれるため、セグメント利益が売上高を上回っている。



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

セグメント別営業利益
(2024年12月期: 1,242百万円)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) MRO 事業

多くの企業では、本社、支社、研究所、工場等で必要となる様々な間接材[※]を購入するが、それぞれの現場ごとにバラバラで購入するのは効率が悪く、多くの企業が「モノに関する課題」を抱えている。企業の「購買業務を改善したい」との要望に対して、同社の IT プラットフォームである「APMRO」や「無限カタログ」を中心に、効率的に適切かつ低コストで購入できる仕組み・サービスを提供するのが MRO 事業である。

[※] 企業が製造現場で必要とする原材料や部品等を「直接材」、それ以外の備品、消耗品、作業工具・用品、安全用品、研究備品、OA 機器、家電、書籍などを「間接材」と言う。

1) 事業モデル

同社のサービスを利用する企業は、まず同社と契約を締結し、その後同社が提供する IT プラットフォーム（「APMRO」や「無限カタログ」）を利用して様々なサプライヤーから商品購買を行う。商流としては、同社が一度商品を購入し、決められたマージンを上乗せして顧客へ売却する形を取る。商品自体はサプライヤーから顧客へ直接配送されるため、在庫や物流センター等は持たない。同社の売上高は顧客への商品の販売額であり、システム利用料ではない[※]。

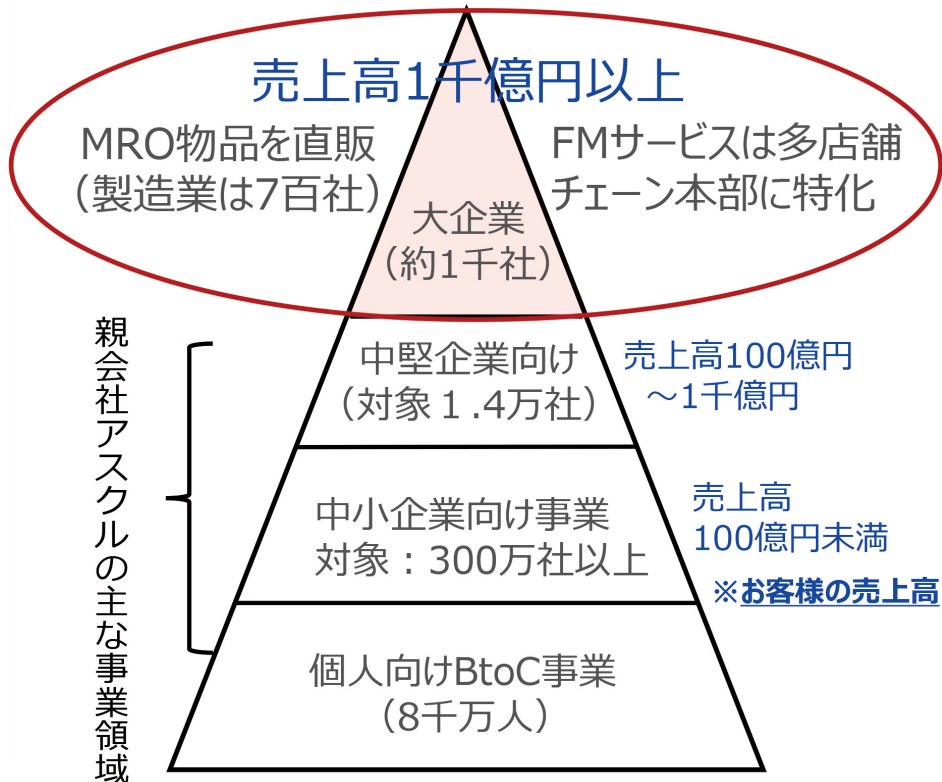
[※] システムのカスタマイズ費用等、顧客の要望に基づき必要となる費用を徴収するが、それを含めたシステム利用料は売上の 1% 未満。

2) 対象（ターゲット）顧客

同社では、ターゲット顧客を売上高 1,000 億円以上の大企業に絞っており、中堅企業や中小企業、個人商店などは対象としていない。理由は、企業グループの売上金額が増えるに従い MRO 調達に関するニーズが高度化し、高度な管理に社員を使わずにできるサービスが求められるからである。売上高が 1,000 億円未満の中堅企業、中小企業、個人向けなどは親会社のアスクルの事業領域であり、棲み分けがされている。

事業概要

対象とする市場（企業規模）



出所：IR 資料より掲載

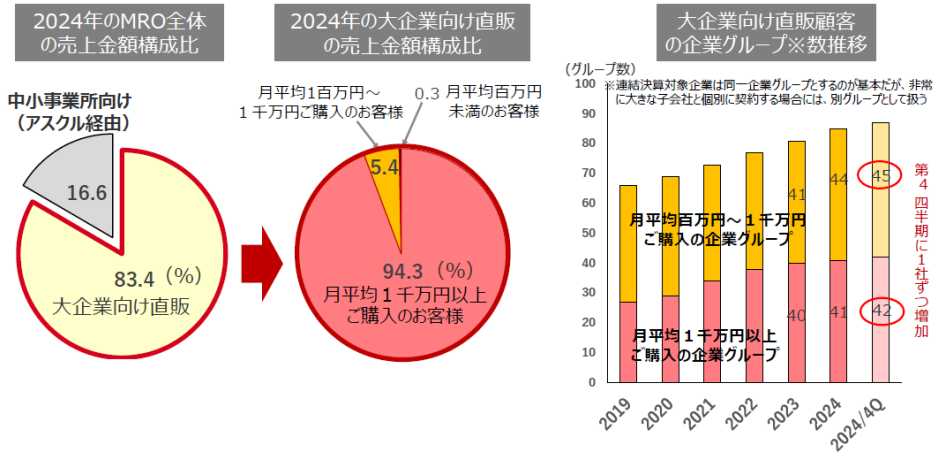
購買代行に求められるサービスとして「早い、安い、探しやすい」は重要だが、大手企業においてはそれ以上に全社購買統制や基幹 IT システム（主に ERP）とのシステム連携や取引業者登録ルールの方が重要視される。社内ルール、手順、システムに従った買い方でないと支払いができないなどの問題が生じることがあるため、大企業ほど安全かつ自社システムとの連携ができるサービスを求める。同社では、このような顧客の要望に対応できる仕組み（「APMRO」や「無限カタログ」）を自社開発して提供しており、これが差別化につながっている。

2024年12月期のMRO事業のうち83.4%が大企業向けの直販で、残り16.6%が親会社のアスクル経由での中小事業所向けであった。さらにこの大企業向けのうち、売上金額の94.3%が月平均1,000万円以上購入する大手顧客であり、5.4%が同100～1,000万円の顧客で、0.3%が同100万円未満の顧客であった。

契約企業数（2024年12月期末）は、月平均1,000万円以上購入の企業グループが42社（前期第4四半期に1社増）、100～1,000万円が45社（同1社増）の計87社（同2社増）となった。

事業概要

売上金額構成比



出所：IR 資料より掲載

具体的な顧客企業としては、味の素<2802>、リコー<7752>、旭化成<3407>、東レ<3402>、三菱ケミカル(株)、東京エレクトロン<8035>、関西電力<9503>、(株)東芝、キオクシア(株)、クボタ<6326>、ソニー(株)、帝人<3401>、理化学研究所、ダイハツ工業(株)、豊田自動織機<6201>、トヨタ車体(株)、トヨタ自動車<7203>、デンソー<6902>、ENEOS(株)、五洋建設<1893>などがある。

(2) FM 事業

顧客が運営する店舗や施設に対して、商業施設の修繕、商業施設の清掃、各種工事、保守・点検などの「役務」を提供するほかに、店舗の内装資材・看板や各種備品・消耗品の購買代行を行う事業である。店舗数が千店を超えるような大規模チェーン店では、自社の建設部、店舗開発部等の人手による管理が難しくなるため、DXツールや、外部のBPO(Business Process Outsourcing)サービスへのニーズが顕在化している。これを担うのが同社のFM事業だ。

FM 事業のサービス内容

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
- 店舗内装資材・看板 購買代行

出所：IR 資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

1) 事業モデルとサービス内容

顧客からの要請に応じて当社が決められた料金設定に基づいて役務を提供する。顧客側のメリットは、店舗や施設によってばらつきのない均一なサービスを受けられることに加えて、自社内の建設部、修繕部、購買部などの人員（固定費）を抑制できることだ。この事業も MRO 事業と同様に「アウトソーシング」を受ける事業と言える。

同事業のサービス内容は大きく3つに分けられる。チェーン店向け役務サービス（修繕、保守点検、清掃、改装案件管理等の役務サービス）、大型の改装工事（ビジネスホテル、多店舗チェーン向け建設業法対応の大型改装工事）、そして材・工分離による資材納入サービス（多店舗チェーンの新店・改装に応じてタイムリーに必要な資材を納品するサービス）である。なお売上高としては、資材納入サービスの比率が高い。

2) 対象（ターゲット）顧客

FM 事業においても、当社が対象（ターゲット）とするのは同一ブランド・同型店舗が多い店舗数 1,000 店以上、売上高 1,000 億円以上の大規模チェーンである。理由は MRO 事業と同様に、企業グループの店舗数が増えるに伴いアウトソーシングに対するニーズが高度化し、社員を使わずに高度な管理が可能なサービスが求められるからである。また建物数は少ないが部屋数が多い大手のホテルチェーンなども対象顧客だ。主な顧客業界は、コンビニエンスストア、ファストフードチェーン、ドラッグストアチェーン、ビジネスホテルチェーンなどである。

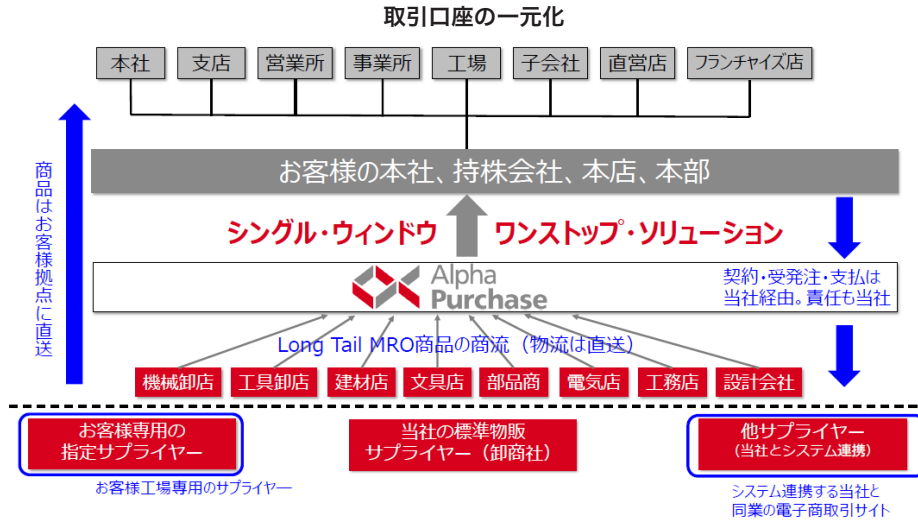
最大の強みはシステム開発力

2. 特色、強み

(1) シングルウィンドウ・ワンストップソリューション

同社の MRO 事業の特色であり強みの 1 つは、「一つの窓口（シングルウィンドウ）」で購買が行えることだ。大企業においては、様々な部署や部門、工場、支社などがあり、それぞれが好き勝手に消耗品や備品を発注していると、購入品や価格にばらつきが出るだけでなく、それぞれのサプライヤーに支払い処理が必要となり効率が悪く、同社と契約することで、窓口（発注先）が同社に一本化（シングルウィンドウ化）されるので、経理処理が簡潔となるだけでなく、発注ミスや重複発注などを避けられる。さらにサプライヤー側についても、同社の標準サプライヤーだけでなく、顧客専用（指定の）サプライヤーや他の EC サイトのサプライヤーとも連携しているため、顧客は同一商品を適切なサプライヤーから最適な価格で購入できるだけでなく、購入条件（発送日数や最低ロットなど）も比較したうえでの選択が可能となる。

事業概要

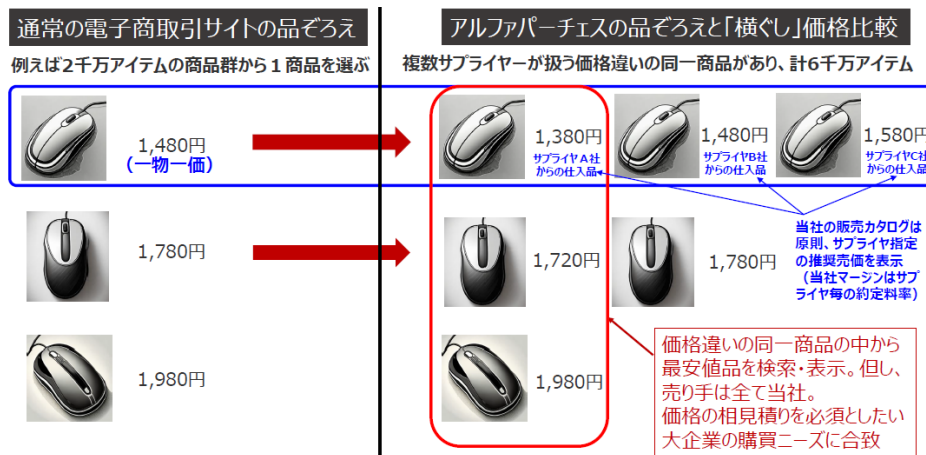


出所：IR 資料より掲載

(2) 同一商品を自動相見積り (「横串」の提案)

同社システムのもう一つの特徴は、顧客がある商品を求めている場合、一般的な EC サイトのようにほぼ同類・同性能・同価格の商品 (A 製品、B 製品、C 製品) を表示するだけでなく、同一商品 (例えば A 製品) を提供するサプライヤー (X 社、Y 社、Z 社) が「各々いくらで提供しているか」を表示して、「最安値」を推奨できる。類似製品ごとの「縦串」の提案だけでなく、「横串」の提案をすることが、価格の相見積りを必須としたい大企業の購買ニーズに合致しているのである。

同一商品の自動見積り



出所：IR 資料より掲載

(3) ストック型のビジネスモデル

同社の主力事業である MRO 事業は、積み上げ型 (ストック型) であることが特色であり事業展開のうえでの強みと言えるだろう。下記のような条件により、毎年収益が積み上がる可能性が高く、大きく落ち込むことは少ないと思われる。

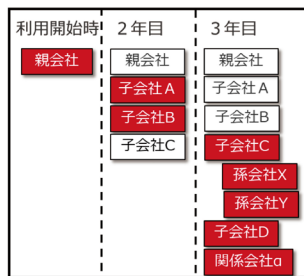
事業概要

同社の収益が拡大する根源的な要因は契約社数であることは言うまでもなく、契約する社数が増えれば同社の売上高は増える。一方で「解約」が増えれば売上高は減少する。同社の説明によれば、過去5年間（2020年から2024年）で、月平均1,000万円以上を購入する企業での解約はゼロ、同100～1,000万円の顧客で1件(対顧客数2.5%)あっただけとのことであり、解約率はほぼゼロと考えて良いだろう。

同一顧客でも、当初は利用するのが同社本社だけだったものが、支店、営業所、工場などへ拡大することで売上高（購買量）は増えるため、同一顧客の年間売上高は年を追うごとに増加する傾向にあり、この既存顧客の購入増が同社の毎年の売上増の原動力となっている。

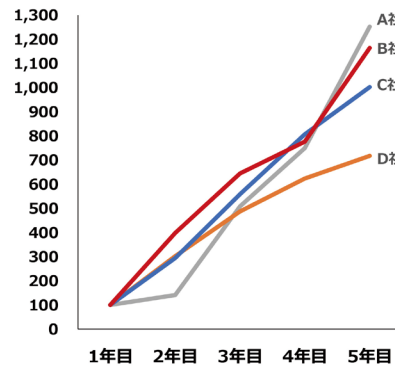
売上成長率

①グループ全体へのサービス導入の進展



契約後5年以上をかけて、ゆっくり浸透するお客様の例

採用初年度の売上を100とした場合の売上成長率



- ②サービス導入後の利用者の拡大
(他のローカルシステムの利用停止、請求書払いの減少)
- ③当社取扱の購入可能品目の増加
(当社カタログの品目増に加え、連携接続業者の増加)

出所：IR 資料より掲載

また、商品のサプライヤーが増えることで、商品の品揃えが充実すれば、顧客の利便性が向上して売上高が増える可能性は高い。弊社では、今後も同社のサービスに参加するサプライヤーは主に2つの理由で増加すると考えている。1つ目は、同社のシステム開発力だ。新たなサプライヤー（メーカー、卸問屋、他のECサイト等）が同社システムへの参加を希望した場合でも、同社自身にAPIの開発力があるので、容易に同社サイトへ参加できる。2つ目は、同社自身の成長力だ。多くのサプライヤーは、少しでも売れている（アクセスの多い）サイトへ参加を希望するのが一般的なもので、同社の顧客が増え売上高が増加すれば、参加を希望するサプライヤーも増えると思われる。

(4) システム開発力

弊社では、同社の最大の強みはシステム開発力だと考えている。主要な事業は「購買代行」であるが、高度なシステム開発力がなければこのような事業モデルは構築できない。まず顧客側であるが、主要な顧客である大企業はそれぞれ自社の大規模システム（ERP等）を持っており、これに連携できるシステムでなければ採用をためらう。単に最安値の商品を選択して購入するだけでなく、発注・受領・請求・支払い・在庫管理まで一気通貫で行うことができ、さらに本社・支社・営業所・工場などとも連携して同一で利用できるシステムでなければならない。

事業概要

また、サプライヤー側も同様だ。同社の MRO 事業のサプライヤーには、同社の標準サプライヤーだけでなく、顧客指定のサプライヤー、さらには他の EC サイトのサプライヤーも参加しているため、これらのサプライヤーのシステムとの連携も必須である。そのような連携を可能とする様々な API の開発力を持っていることこそが、同社の最大の特色であり強みであると弊社では見ている。

まったく同類の競合相手は皆無、企業の自社内購買部門が最大の競合

3. 競合

(1) 一般的な EC サイト

同社の競合としては、広義ではすべての物販事業者が競合と言えるが、狭義では特に企業向けに工具・備品・消耗品などを取り扱う EC サイト事業者だ。具体的には、MonotaRO<3064>、トラスコ中山 <9830>、(株) ミスミなどであるが、これらの企業は同社のシステムに連携したサプライヤーでもある。その意味でも、同社と同規模で同様の購買代行サービスを大手企業向けに行う企業は見当たらず、厳密に言えば正面から競合する企業は皆無と言える。

(2) 最大の競合は「自社内の購買部門」

競合について同社は、「A 社、B 社と競合するというよりも、本当の意味では依然として多くの大企業が購買を自社内部門で行うことが多く、これこそが最大のライバルだ」と述べている。まだ企業自身の内部で行っている部分を、いかにアウトソーシング化させるかが「最大の競合」なのだ。この壁を打ち破るのは容易ではないが、同社はトップランナーとして勝ち進む可能性は高いと弊社では見ている。

業績動向

2024年12月期は一部案件ずれ込みで売上高は計画未達だが、営業利益は前期比4.6%増

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高 55,952 百万円（前期比 7.7% 増）、営業利益 1,242 百万円（同 4.6% 増）、経常利益 1,227 百万円（同 3.8% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 865 百万円（同 1.8% 増）となった。FM 事業の大型工事の 2025 年 12 月期へのずれ込み等で売上高は見通しを下回ったが、減価償却費が微減となったことなどから利益予想は達成した。

セグメント別では、MRO 事業では大企業向けが好調に推移したことなどから増収増益、FM 事業は、大型改装案件が後ずれしたこと等から微減収減益となった。重要な指標である大手企業（月平均購入金額が 100 万円以上）の契約数は期末で 87 社（前期第 4 四半期に 2 社増）となった。

業績動向

営業利益の増減要因を分析すると、MRO 事業の粗利増で 312 百万円増、FM 事業の粗利減で 94 百万円減、人件費の増加で 77 百万円減、IT 費用の増加で 57 百万円減、物流費の増加で 13 百万円減、その他費用の増加で 15 百万円減であった。この結果、営業利益は前期比で 54 百万円増加した。

2024 年 12 月期連結業績

(単位：百万円)

	23/12 期		24/12 期		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	51,951	100.0%	55,952	100.0%	4,001	7.7%
売上総利益	4,828	9.3%	5,037	9.0%	209	4.3%
販管費	3,640	7.0%	3,795	6.8%	155	4.3%
営業利益	1,188	2.3%	1,242	2.2%	54	4.6%
経常利益	1,183	2.3%	1,227	2.2%	44	3.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	850	1.6%	865	1.5%	15	1.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別状況

(1) MRO 事業

MRO 事業の売上高は 41,221 百万円(前期比 11.0% 増)、セグメント利益は 1,242 百万円(同 20.9% 増)となった。特に、大企業顧客の 7 割以上を占める製造業向けが堅調に推移した。一方で、中小企業向け経路の売上高は前期の実績を下回った。費用面では、持続的な事業成長のための IT システム投資を継続してきたが、過去の大規模な IT 投資の成果物である無形固定資産の一部につき、5 年の減価償却期間が満了したことなどから、IT 費用の増加率が減速し、セグメントの販管費率が低下したことなどからセグメント利益は大幅増となった。

(2) FM 事業

FM 事業の売上高は 14,665 百万円(前期比 0.4% 減)、セグメント利益は 389 百万円(同 19.0% 減)となった。受注金額が大きい大型施設の改装において、実施時期の後ろ倒しが発生し、加えて小型店舗の案件が減少したことから売上高は微減に留まった。一方で、売上構成差によってセグメント全体の粗利率が低下し、セグメント利益は減益となった。

(3) その他

「その他」の売上は、同社の子会社である ATC のソフトウェア事業の外販売上(連結内部控除される同社向けの IT サービス事業売上高を除く売上)が計上されているが、同社向け事業に集中したことから売上高は 65 百万円(前期比 17.2% 減)となった。一方で、セグメント利益には、ATC から同社向けサービス事業の利益等が含まれるため、セグメント利益は 83 百万円(前期比 17.3% 増)となった。

業績動向

2024年12月期セグメント別業績

(単位：百万円)

	23/12期		24/12期		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	51,951	100.0%	55,952	100.0%	4,001	7.7%
MRO事業	37,145	71.5%	41,221	73.7%	4,075	11.0%
FM事業	14,726	28.3%	14,665	26.2%	-60	-0.4%
その他	79	0.2%	65	0.1%	-13	-17.2%
営業利益	1,188	100.0%	1,242	100.0%	54	4.6%
MRO事業	636	53.6%	769	61.9%	133	20.9%
FM事業	480	40.4%	389	31.3%	-91	-19.0%
その他	71	6.0%	83	6.7%	12	17.3%
EBITDA	1,804	-	1,856	-	52	2.9%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

在庫や設備を持たずバランスシートは軽い。 最大の固定資産はソフトウェア

3. 財務状況

2024年12月期末の資産合計は18,381百万円（前期末比1,265百万円増）となった。このうち、流動資産は15,925百万円（同1,229百万円増）となったが、主に現金及び預金の増加1,589百万円、電子記録債権を含めた売掛金の減少331百万円、商品の減少221百万円による。固定資産は2,455百万円（同36百万円増）となったが、主に有形固定資産の減少33百万円、無形固定資産の増加230百万円、投資その他の資産の減少160百万円による。固定資産のうち無形固定資産（主にソフトウェア）が86%を占めており、いかに同社がシステム開発会社であるかを物語っている。

流動負債は12,274百万円（同584百万円増）となったが、主に増収に伴う買掛金の増加737百万円、未払法人税・消費税等の減少132百万円による。固定負債は34百万円（同19百万円減）となった。この結果、負債合計は12,309百万円（同564百万円増）となった。純資産合計は、6,071百万円（同701百万円増）となったが、主に親会社株主に帰属する当期純利益の計上による利益剰余金の増加654百万円による。この結果、2024年12月期末の自己資本比率は33.0%（前期末は31.4%）となった。

アルファパーチェス | 2025年3月28日(金)
 7115 東証スタンダード市場 | <https://www.alphapurchase.co.jp/ir/>

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/12 期末	24/12 期末	増減額
流動資産計	14,696	15,925	1,229
現金及び預金	4,169	5,759	1,589
売掛金 (含む電子記録債権)	9,580	9,248	-331
商品	613	391	-221
固定資産計	2,419	2,455	36
有形固定資産	115	82	-33
無形固定資産	1,882	2,112	230
(ソフトウェア)	1,520	1,506	-14
投資その他の資産	421	260	-160
資産合計	17,115	18,381	1,265
流動負債計	11,690	12,274	584
買掛金	10,663	11,401	737
未払金	252	291	39
未払法人税・消費税等	415	283	-132
固定負債計	54	34	-19
負債合計	11,745	12,309	564
純資産合計	5,370	6,071	701
負債・純資産合計	17,115	18,381	1,265

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. キャッシュ・フローの状況

2024年12月期の営業活動によるキャッシュ・フローは2,471百万円の収入であった。主な収入は税金等調整前当期純利益1,227百万円、減価償却費613百万円、売上債権の減少197百万円、棚卸資産の減少261百万円、仕入債務の増加737百万円であった。投資活動によるキャッシュ・フローは665百万円の支出であったが、主な支出は有形・無形固定資産の取得による支出803百万円、主な収入は差入保証金の減少による収入143百万円であった。財務活動によるキャッシュ・フローは217百万円の支出であったが、主な支出は長期借入金の返済による支出53百万円、配当金の支払額211百万円であった。

この結果、期中に現金及び現金同等物は1,589百万円増加し、現金及び現金同等物の期末残高は5,759百万円となった。少なくとも売上高1.4ヶ月分の手元キャッシュは確保している。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/12 期	24/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,224	2,471
投資活動によるキャッシュ・フロー	-722	-665
財務活動によるキャッシュ・フロー	-229	-217
現金及び現金同等物の増減額	272	1,589
現金及び現金同等物の期末残高	4,169	5,759

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年12月期は顧客増、ずれ込み案件の取り込みで、13.5%の営業増益を見込む

● 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高 61,975 百万円（前期比 10.8% 増）、営業利益 1,410 百万円（同 13.5% 増）、経常利益 1,400 百万円（同 14.0% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 979 百万円（同 13.1% 増）を見込んでいる。

MRO 事業では、大手企業向けの売上は契約が増加したことなどから 2 ケタ成長が続く見込みで、売上高は前期比 9.0% 増を予想している。FM 事業においても、前期からずれ込んだ大型案件が立ち上がることから売上高は同 15.8% 増の 17,000 百万円の見込み。経費面では、IT 経費（償却含む）や人員関連費用（派遣社員、教育費等）が増加する見込みだが、これらを吸収して営業増益を達成する計画だ。

2025年12月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	24/12 期		25/12 期		前期比	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	55,952	100.0%	61,975	100.0%	6,022	10.8%
MRO 事業	41,221	73.7%	44,900	72.4%	3,679	9.0%
FM 事業	14,665	26.2%	17,000	27.4%	2,335	15.8%
営業利益	1,242	2.2%	1,410	2.3%	167	13.5%
経常利益	1,227	2.2%	1,400	2.3%	172	14.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	865	1.5%	979	1.6%	113	13.1%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中長期の展望

潜在市場は膨大で成長余力は大きい。 キラーサービスとして「無限カタログ」をリリース

同社は特に中期経営計画等は発表していないが、以下のような視点から、同社の成長余力は大きいと弊社では見ている。

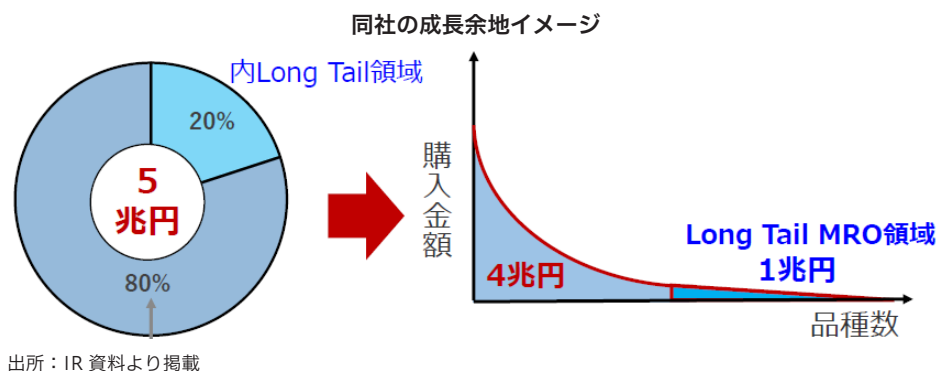
1. 潜在的な市場規模

(1) 会社数からの成長余地

同社が MRO 事業の対象としているのは、売上高 1,000 億円以上の企業で、約 1,000 社存在する。このうちすべての企業が購買業務をアウトソーシング化するとは考え難いが、仮に半分がアウトソーシング化するならば潜在市場は 500 社となる。現在の同社の MRO 事業の主要顧客数は 42 社であり、500 社の 8.4% に過ぎない。大企業は今後一段と非主要分野でのコストカット（合理化）を進めることが予想され、間接材のアウトソーシング化は進むことはあっても減ることはないだろう。この市場において同社がトップランナーであることを考慮すれば、成長余力は大きいと言える。

(2) 購買金額からの成長余地

同社の推定では、大企業における間接材の年間購入金額は約 5 兆円と推定され、そのうち約 4 兆円（全体の 80%）は直接材料と同様の購買管理がされる「協定品」である。残りの約 1 兆円（20%）が多品種、少額で、管理工数をかけると逆に割高となる「Long Tail」領域である。



さらにこの 1 兆円のうち約 4,000 億円は購入品の仕様を確定するのに交渉を要する商品であり、また約 2,000 億円は価格交渉が必要な規格品市場だ。その残りの約 4,000 億円が同社のようなカタログ販売が可能な領域であり、ここが同社にとっての顕在化した市場である。この 4,000 億円の市場に対して、現在の同社の大企業向けカタログ販売は約 350 億円（MRO 事業売上から中小事業所向けを抜いた大企業向け直販金額）であることから、市場シェアは約 9% と推定され、同社事業にとっての潜在的な市場は膨大とも言える。

2. APIの開発力が強み

(1) APIの開発力が強み

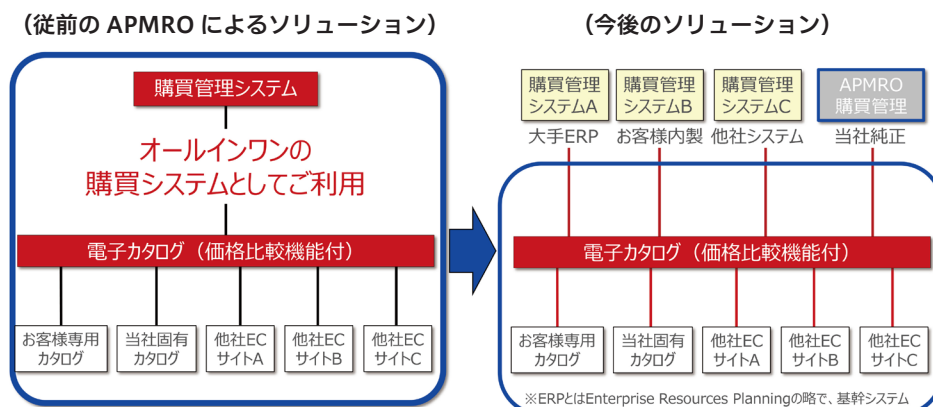
同社の強みはシステム開発力、特に様々なシステムとの連携を可能にするAPIの開発力にあると弊社では見ている。その証左はバランスシートに表れている。流動資産及び流動負債の大部分は売掛金と買掛金であり、在庫はほとんどない。一方で固定資産では、有形固定資産（物流センター等）はほとんどなく、一方で無形固定資産（主にソフトウェア）が大部分を占めている。潜在的な市場は膨大であるが、同社は過去から培ったこの無形資産を生かすことで、他社に対する差別化が進むだろう。

(2) 「無限カタログ」

1) 「無限カタログ」の概要

同社の開発力の1つを示すのが2024年9月に発表された「無限カタログ」だ。これは以前から同社が提供していたAPMROの中から電子カタログ機能のみを抜き出し、ダイナミックにカタログ化することで文字どおり無限に品目数を増やすことを目指した電子カタログ機能である。単なる商品や価格のリストではなく、APMROの本体部分とも言えるシステムモジュールであり、今後のさらなる機能強化によって、顧客の購買条件変更の要求や商品の仕様変更などの要求に柔軟に対応できる。従来カタログでは困難だった範囲も取り扱い、また連携できるECサイトや購買システムを広げて、事実上、取扱商品数を無限にすることを目指している。

「無限カタログ」の概要



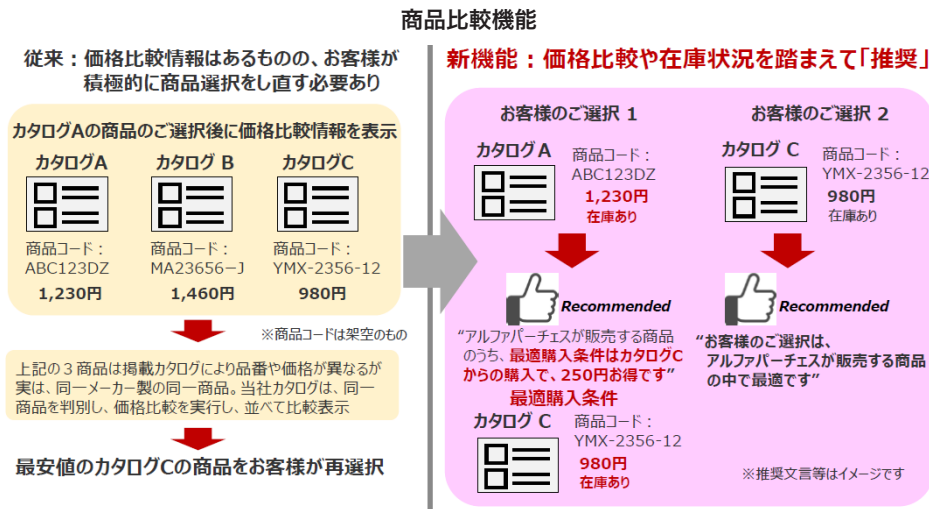
出所：IR 資料より掲載

2) 「無限カタログ」：強化した商品比較機能

「無限カタログ」で強化された機能の1つが商品比較機能だ。従来仕組みでは、価格比較情報はあがるが、顧客自身が積極的に商品選択をし直す必要があった。例えば、従来仕組みでは顧客がカタログAから商品Xを選択すると、他のカタログ（カタログBやカタログC）に掲載された同一商品（カタログによってコードや商品番号は異なっても同一メーカーの同一商品）の価格比較情報を表示するが、どのカタログの商品を選ぶかの最終決定は顧客自身で行う必要があった。

中長期の展望

「無限カタログ」では、価格や在庫状況を反映した自動的な商品選択が行われるため、例えば顧客が商品 X を求めている場合、様々なカタログに掲載された同一商品の中から「カタログ C が最も安く〇〇円で、在庫もあります」といった判定を経て、カート内の商品が自動的に「推奨品」に切り替わる。この強力な推奨機能の効果で、顧客の選択の負担は大幅に軽減される。



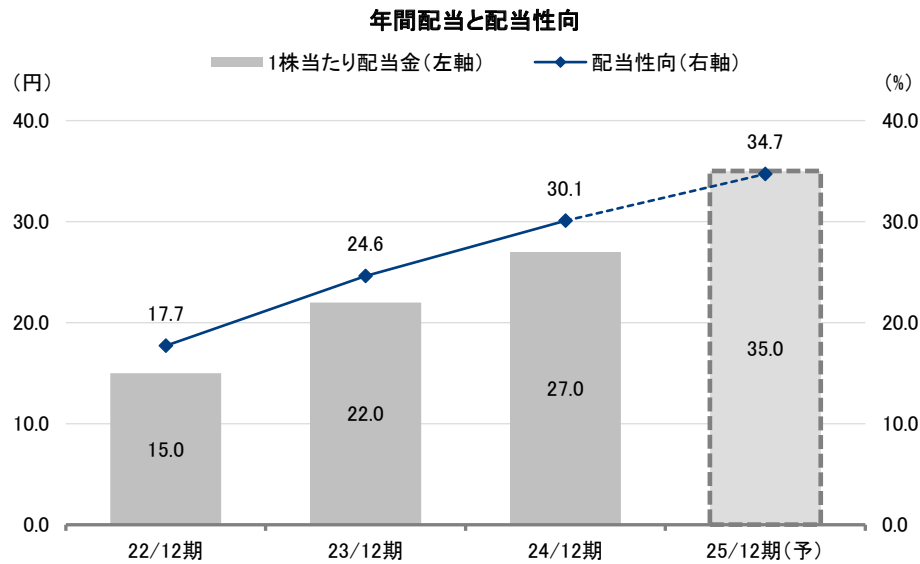
出所：IR 資料より掲載

さらに「双方向商談機能」も備えており、価格が頻繁かつ大幅に変動する市況商品、商談規模や新製品発売で価格が大きく変わる商品、商材のバリエーションが多くカタログ化できない商品、受注生産型の産業資材・部品といった単純なカタログ購入が難しい商品に対しても、電子カタログ内の資料を添付し、問い合わせ（チャット）機能によって相談・商談・成約まで、即座に取引の実行が可能になっている。

株主還元策

継続的かつ安定的な配当が基本方針。 2025年12月期は年間35.0円へ増配の予定

同社は株主還元策として継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針とし、事業成長に向けた投資を積極的かつタイムリーに行うために必要な内部留保を確保しつつ、中期経営計画の進捗による業績向上や収益性の向上（キャッシュ・フローの改善）に合わせて、配当性向及び1株当たり配当額の引き上げを行うとしている。これらの方針に基づき、2022年12月期は年15.0円、2023年12月期は年22.0円、2024年12月期は27.0円の配当を行った。2025年12月期については、年35.0円への増配を発表済みで、予想配当性向は34.7%となる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp