

# 株式会社アルファパーチェス

---

株式会社アルファパーチェス

代表取締役 社長 兼 CEO 多田雅之

2024年3月16日

# Agenda

---

01. 会社概要 および 当社ビジネスの特徴
02. MRO事業・対象マーケット
03. FM事業・対象マーケット
04. 2020-2024年度 業績概要
05. 株価推移と株価向上に向けた今後の活動

# 01. 会社概要 および 当社ビジネスの特徴

---

# 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

556百万円（2023年12月31日現在）

### 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

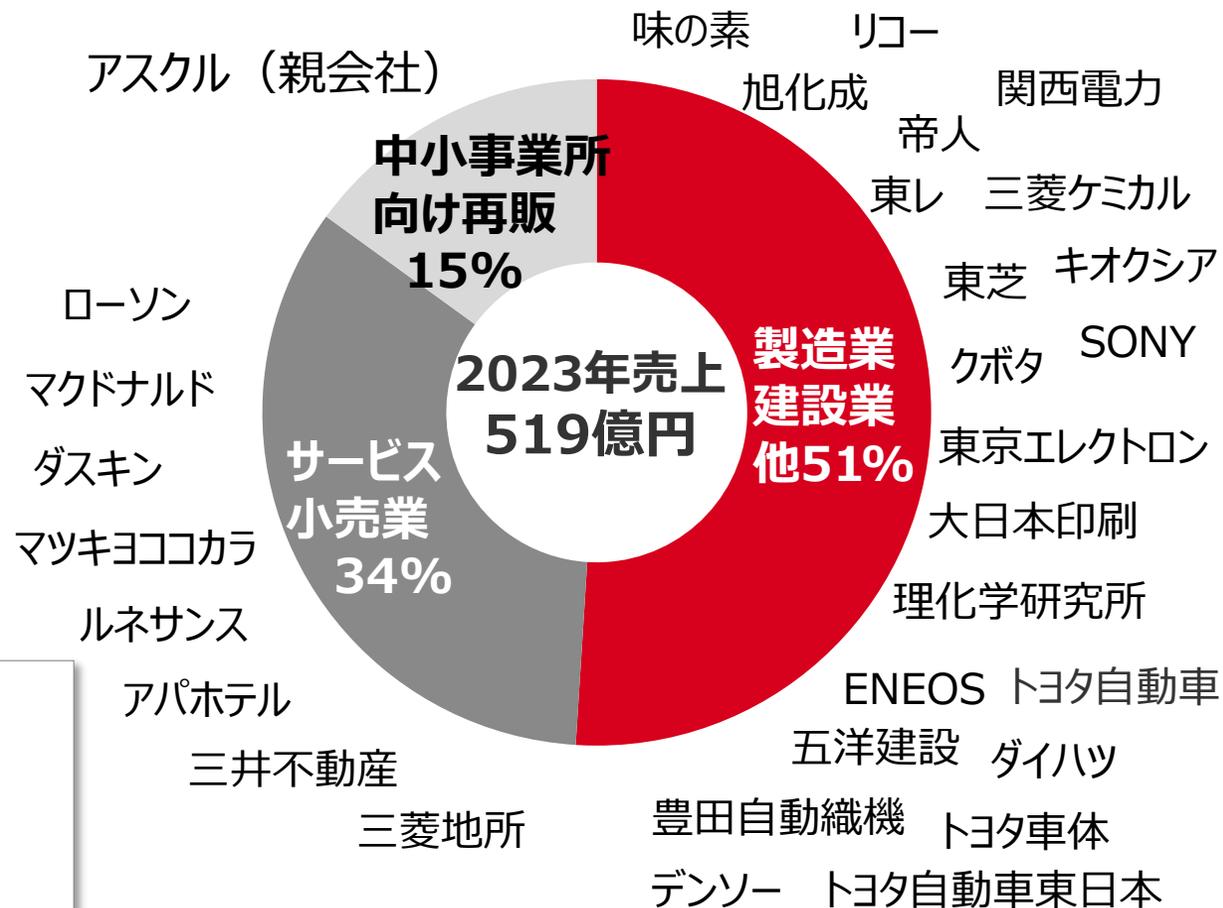
### 従業員数 （連結）

262名（2023年12月31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



# そもそも間接材とは？

- **直接材**：商品やサービスに直接使用されるもの。  
例えば自動車であれば、

ボディ形成用の鋼板：



座席：



タイヤ：



- **間接材**：**直接材以外のすべて** 商品に直接使用されず、売上・生産に直結しないもの。  
下記にあげられる物がその例。



工場備品・  
現場の消耗品：



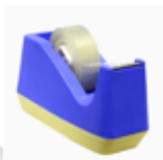
作業工具・  
作業用品：



安全用品：



研究備品・  
試薬・部品：



事務用品・OA機器・家電・書籍：



燃料：

※役務の提供も商品に直接使用されない、という観点では  
広い意味では間接材に含まれる

# 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



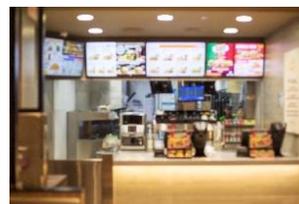
- 商業施設の清掃



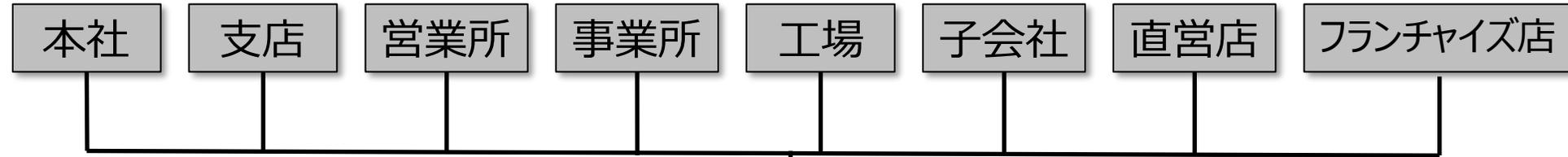
- 各種工事、保守・点検他



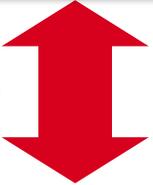
- 店舗内装資材・看板 購買代行



# お客様の取引一元化をサポート



お客様の本社、持株会社、本店、本部

シングルウィンドウ  ワンストップソリューション



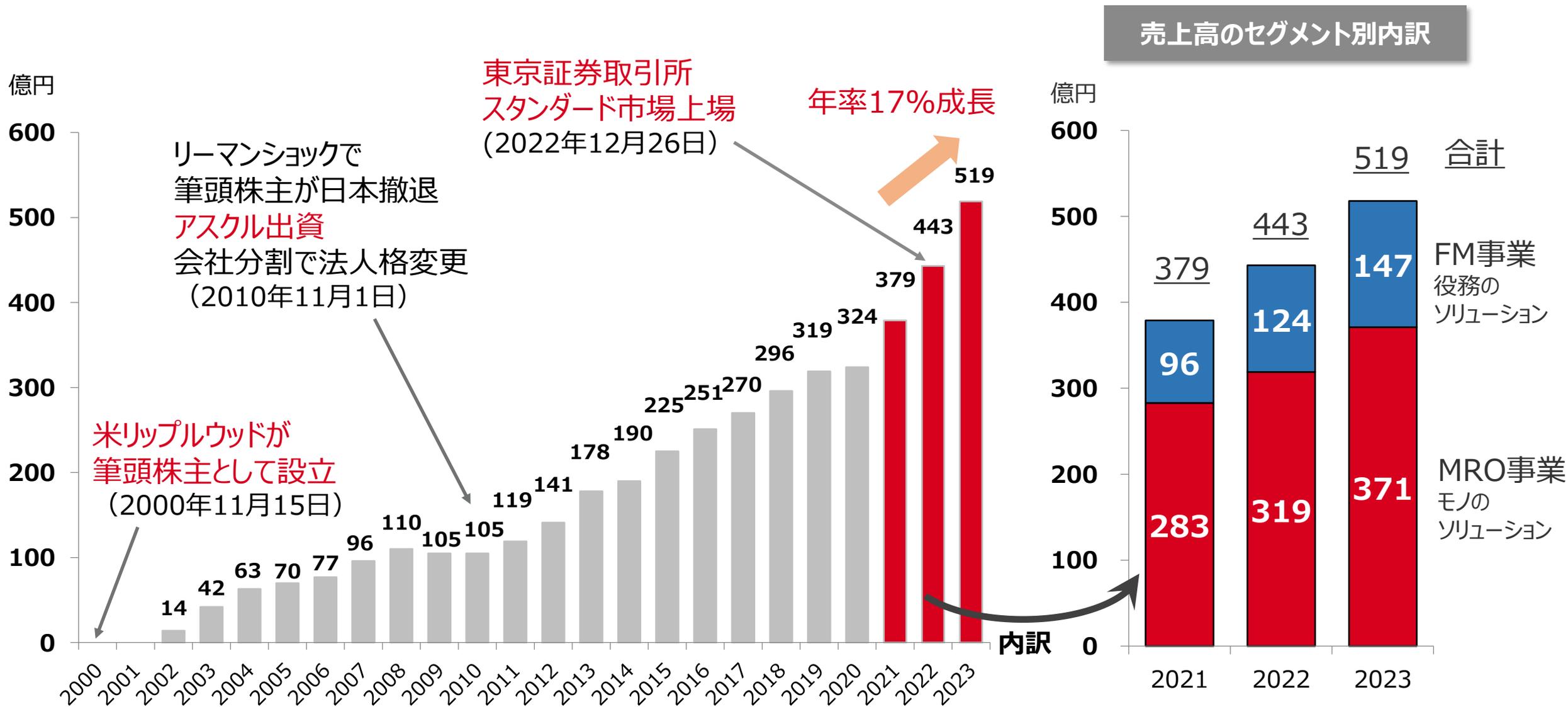
お客様専用の  
指定サプライヤー

当社の標準物販  
サプライヤー

当社の役務提供  
サプライヤー

他サプライヤー  
(当社とシステム連携)

# 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。

# 当社ビジネスの特徴：①社会環境の変化（当社にとって追い風）

## 購買DX推進により顧客の課題を解決（最適購買が実現）！



### 日本企業が抱える課題

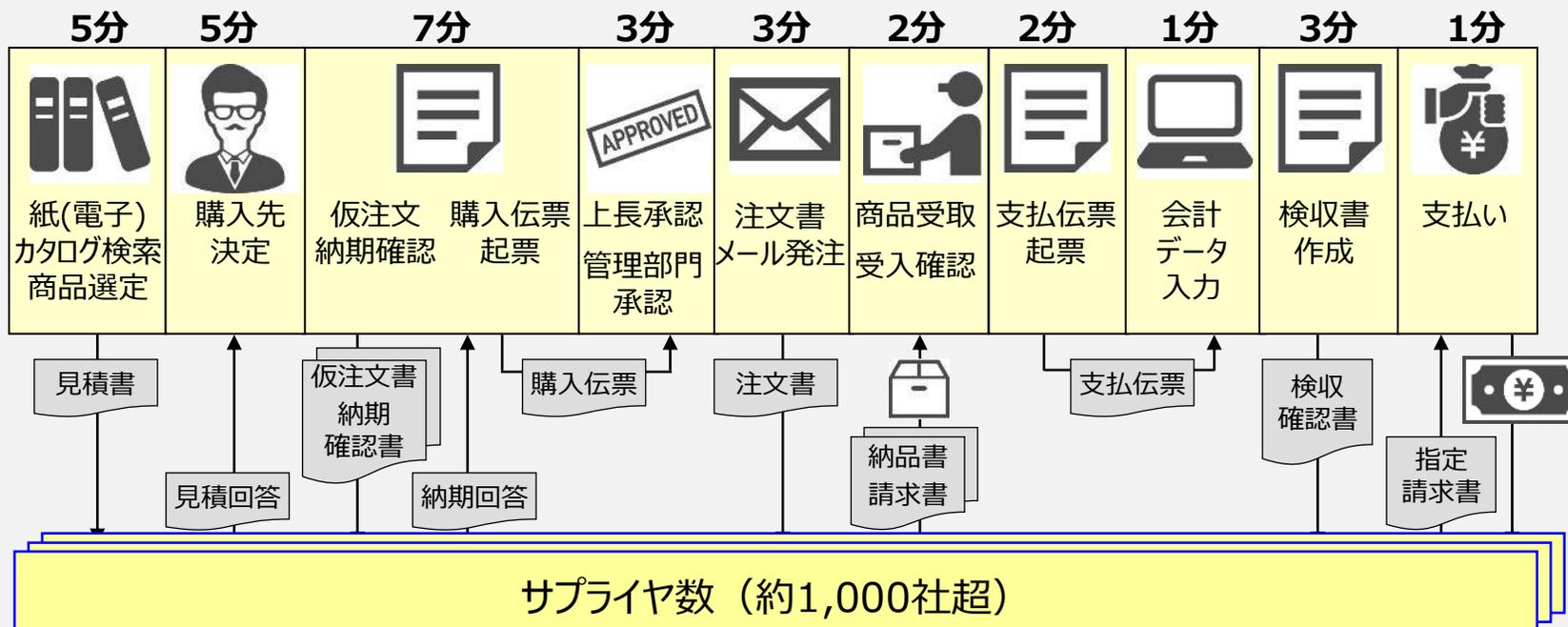
- ガバナンスの強化
  - 人手不足
  - 働き方改革
  - 継続的なコストダウン
- 生産性向上

当社基幹  
ITシステム

- 取引のシングルウィンドウ（一元）化
  - 取引の見える化
  - 購買プロセスの効率化
  - 最適なサプライヤ選択による単価低減
  - 購買実績の分析による改善提案

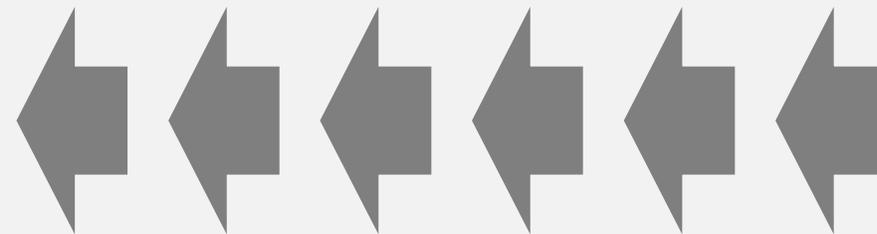
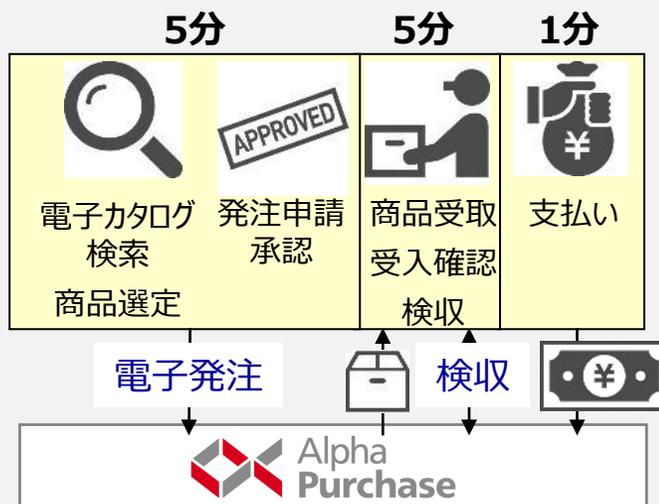
# 参考：活用事例（作業工数削減、製造会社）

**Before**  
合計32分/注文

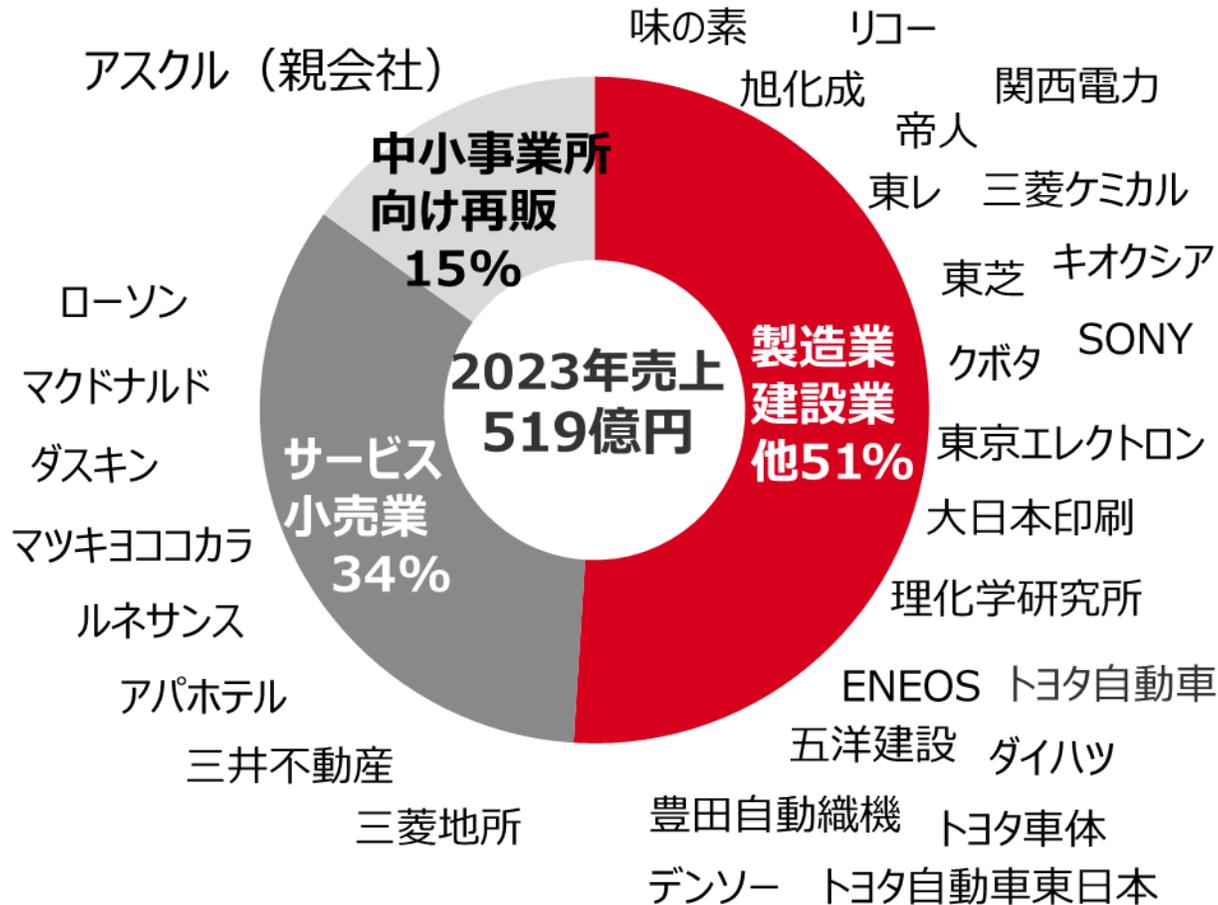


約3分の1

**After**  
合計11分/注文



# 当社ビジネスの特徴：②強固な顧客基盤を有し、安定成長を実現



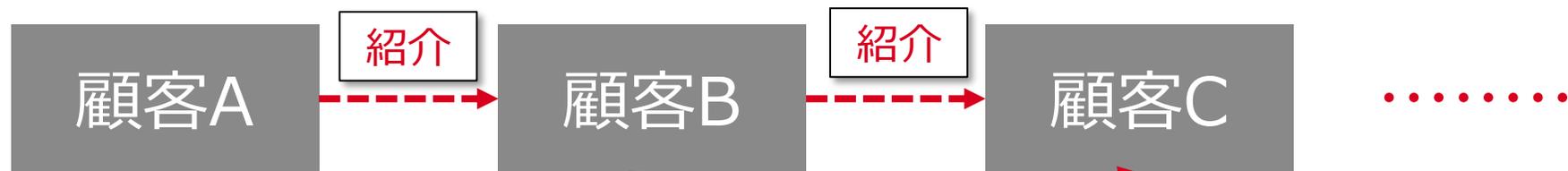
## <特徴>

- 東証プライム上場企業を中心とした日本を代表する大企業群であり、購買金額のポテンシャルは大きく、ストック型ビジネスが中心
- 幅広い業界に渡っており、特定の業界の動向に左右されない
- 中小事業所向けはアスクル経由とし、営業やITリソースを大企業向けに集中

# 当社ビジネスの特徴：③顧客口コミによるビジネスの拡大

## 顧客自身が当社の売上拡大の一翼を担ってくれている

口コミによる  
新規顧客獲得



- リスティング広告
- セミナー開催
- ダイレクトメール送付
- 他システム会社との協業スキーム提案 他

マーケティング活動による  
新規顧客獲得



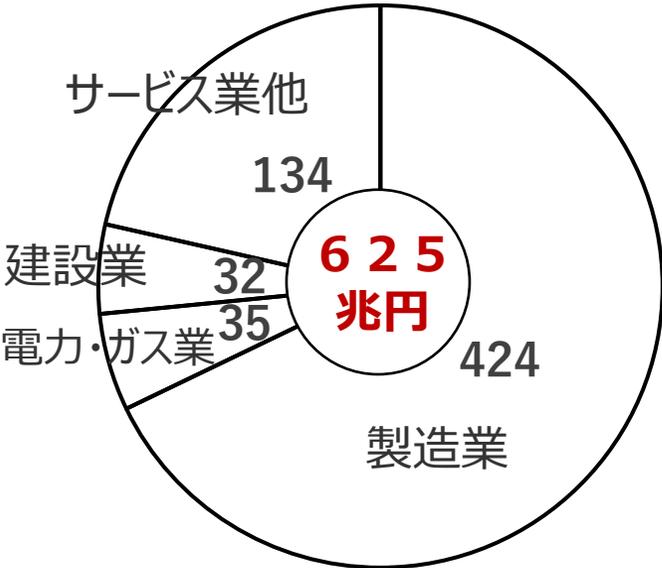
## 02. MRO事業・対象マーケット

---

# 大企業向けMRO市場規模（当社推定）

## お客様自身の売上金額

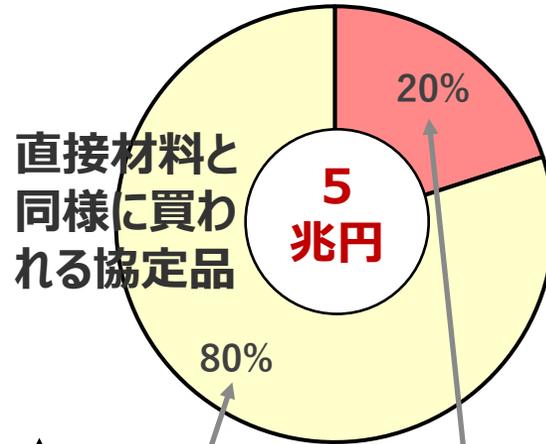
売上高 1 千億円以上の  
上場企業の売上合計  
(除：金融、保険、小売、商社)



※日経新聞データベースの売上ランキングより、当社作成

## お客様のMRO物品購入額

市場規模はお客様自身の売上の1%弱。  
内、ロングテールの部分を20%と想定



電子プラットフォーム取引が最適な  
ロングテール  
MRO 1兆円

購入金額

小品種、高額で  
直接材料と同様の  
管理が可能

多品種、少額  
で、人手による  
管理は割高

品種数

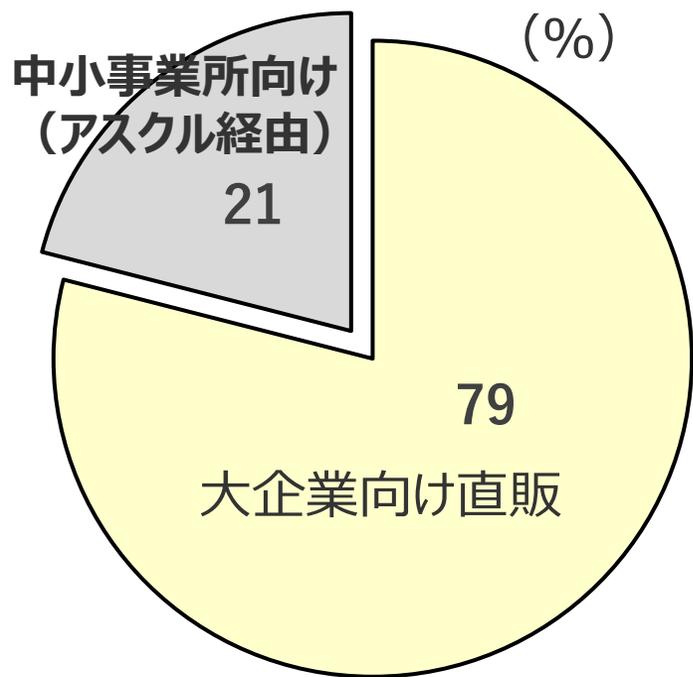
## 大企業向けロングテールMRO市場の構造

ロングテール市場規模 1 兆円。  
既に電子カタログ化されているのは、内、4 千億円の部分。



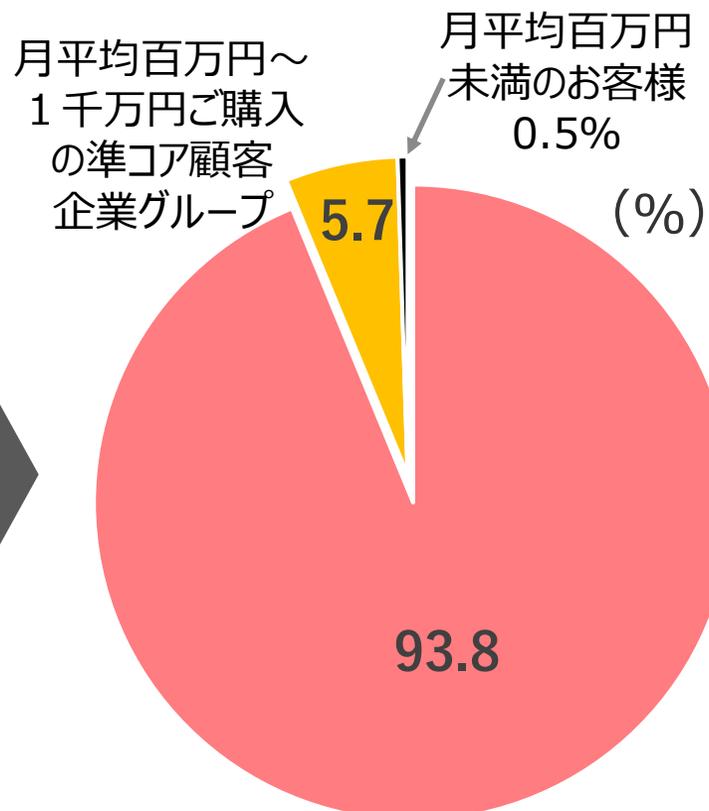
# MRO物販の売上内訳

MRO物販の売上  
全体の金額構成



※システム利用料を除く物販売上の構成比

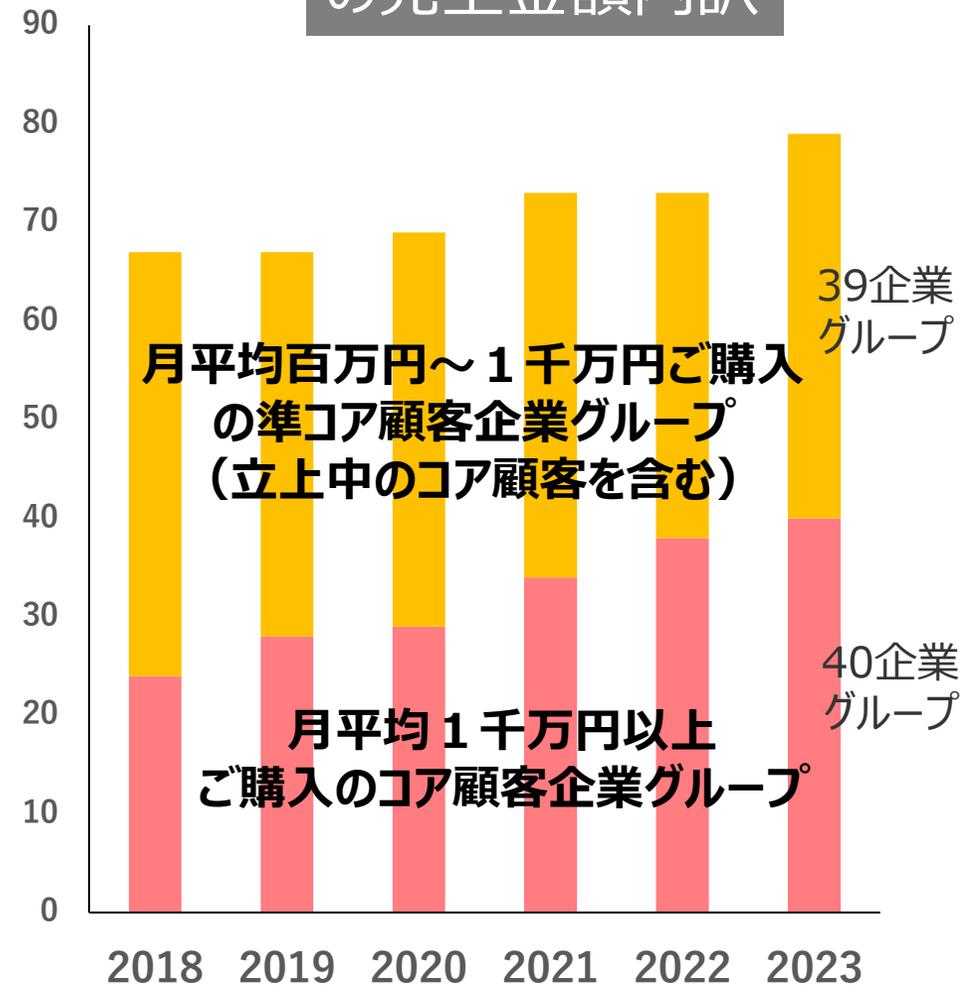
大企業向け直販  
の売上金額内訳



月平均1千万円以上  
ご購入のコア顧客企業グループ

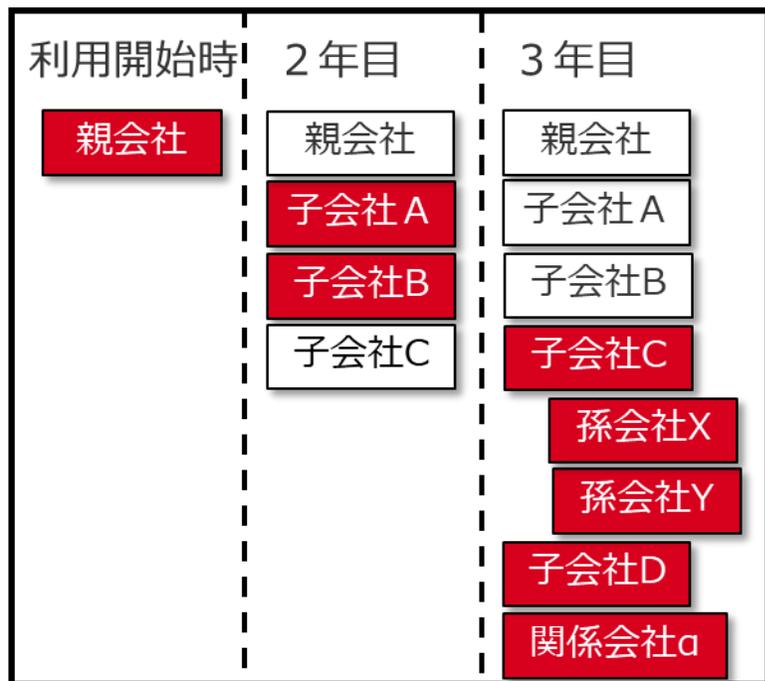
大企業向け直販  
の売上金額内訳

(企業グループ数)



# 新規顧客（企業グループ）へのサービス浸透のプロセス

## ①グループ全体へのサービス導入の進展

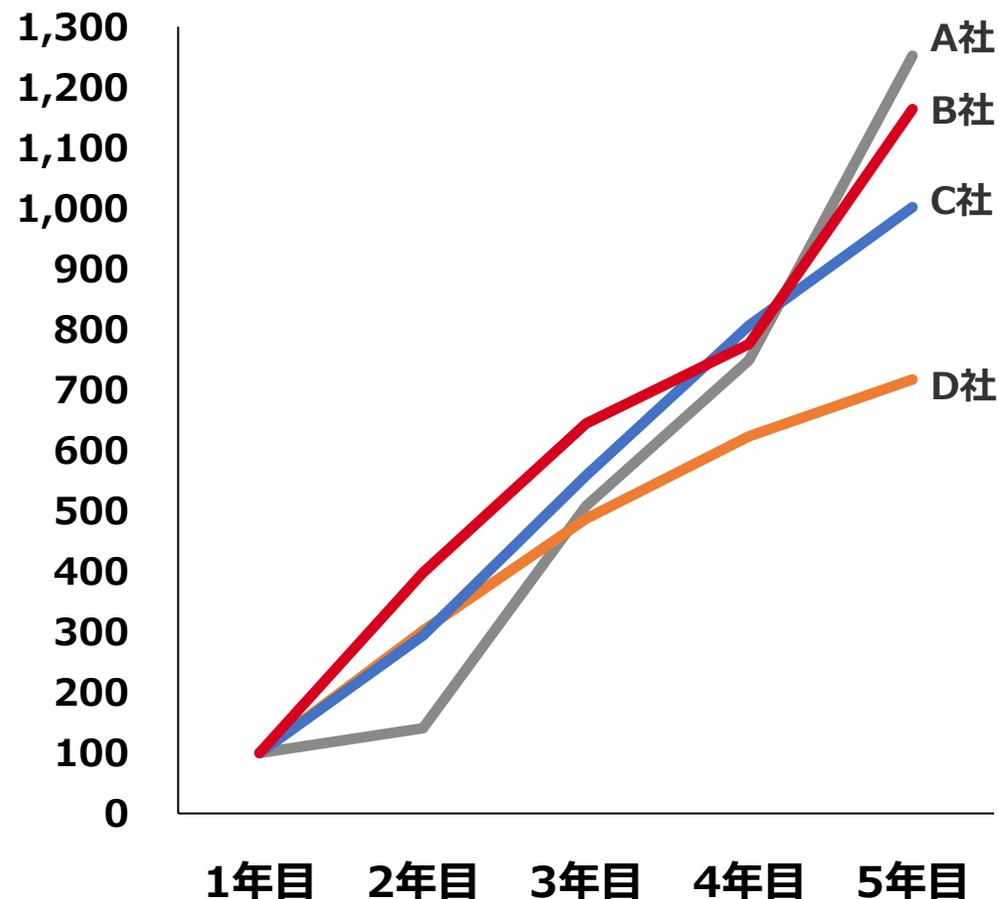


## ②サービス導入後の利用者の拡大

## ③当社取扱の購入可能品目の増加

契約後5年以上をかけて、ゆっくり浸透するお客様の例

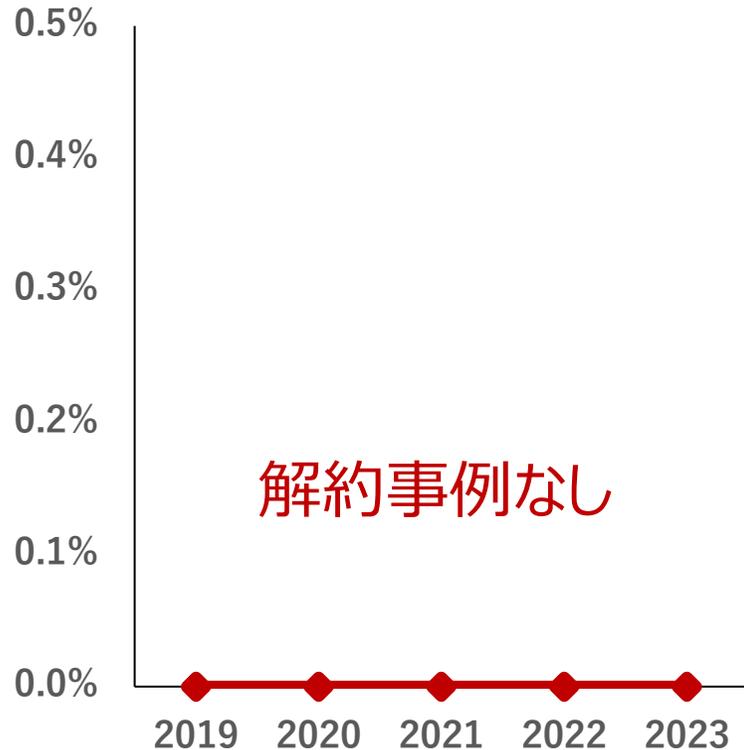
採用初年度の売上を100とした場合の売上成長率



# 大企業直販の顧客解約率（売上金額影響） 過去5年間の実績

月平均1千万円以上  
ご購入のコア顧客企業グループ

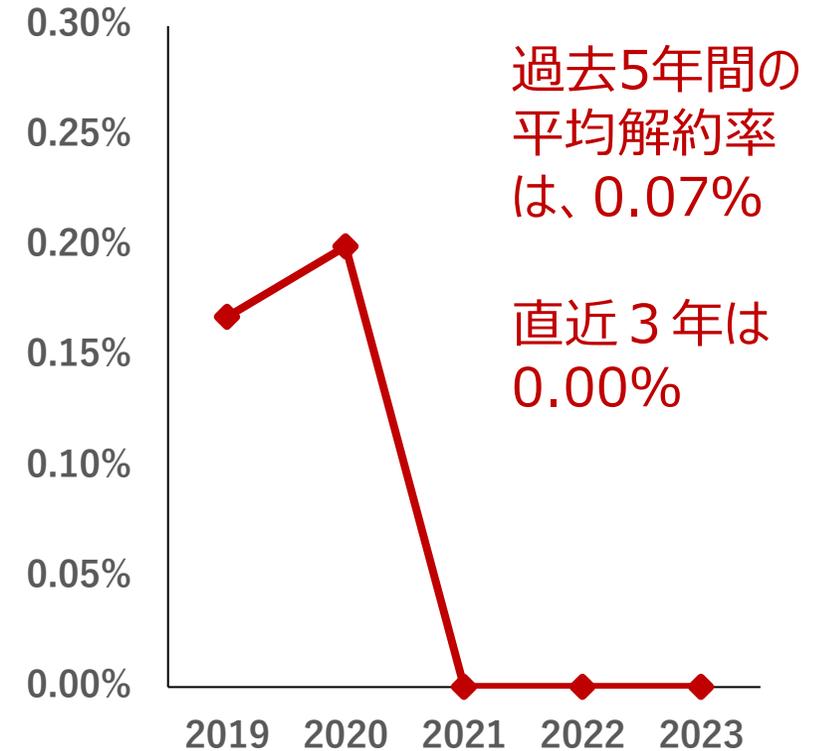
解約企業グループ向け売上  
／対象企業グループ全体への売上



月平均百万円～1千万円ご購入  
の準コア顧客企業グループ  
(立上中のコア顧客を含む)



月平均百万円以上ご購入  
のお客様全体の解約率  
(左記2つの合計)



※MRO事業の例

※解約率の定義は、解約企業グループの解約前年の通期売上を同一カテゴリーの年間売上で割った比率であり、解約による金額影響の指標

# アルファパーチェスが提供するカタログ横断「横ぐし」価格比較機能

## 通常のECサイトの品ぞろえ

例えば2千万アイテムの商品群から1商品を選ぶ



1,480円  
(一物一価)



1,780円



1,980円

## アルファパーチェスの品ぞろえと「横ぐし」価格比較

複数サプライヤーが扱う価格違いの同一商品があり、計6千万アイテム



1,380円



1,480円



1,580円



1,720円



1,780円



1,980円

価格違いの同一商品の中から  
最安値品を検索し、表示させる  
ことが可能。  
相見積り比較を必須としたい  
大企業の購買ニーズに合致

# ITシステム開発方針（大企業向けMRO市場の構造と戦略）

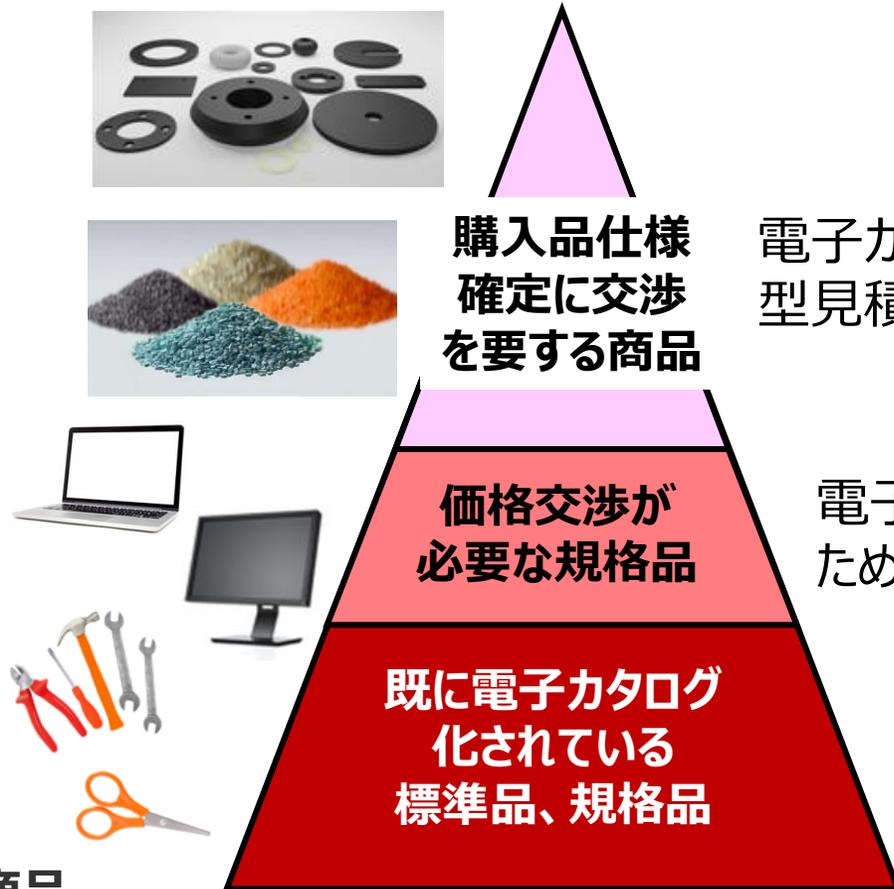
## 大企業向け電子取引市場規模と当社の戦略

大企業向けMRO市場  
の構造（合計1兆円）

カスタム商品

取引対象の商品特性

標準商品



購入品仕様  
確定に交渉  
を要する商品

電子カタログ非掲載で、対面販売や入札  
型見積購買システムで取引される領域

価格交渉が  
必要な規格品

電子カタログ掲載品だが、価格交渉の  
ため、システム外で個別に取引される領域

既に電子カタログ  
化されている  
標準品、規格品

既存の電子カタログで取引される領域  
（当社の既存事業領域）

この領域に対応  
できる取引条件  
「問合せ機能」を  
APMROシステム  
に追加搭載



APMRO上で  
相対交渉可。  
条件が合えば、  
即発注できる

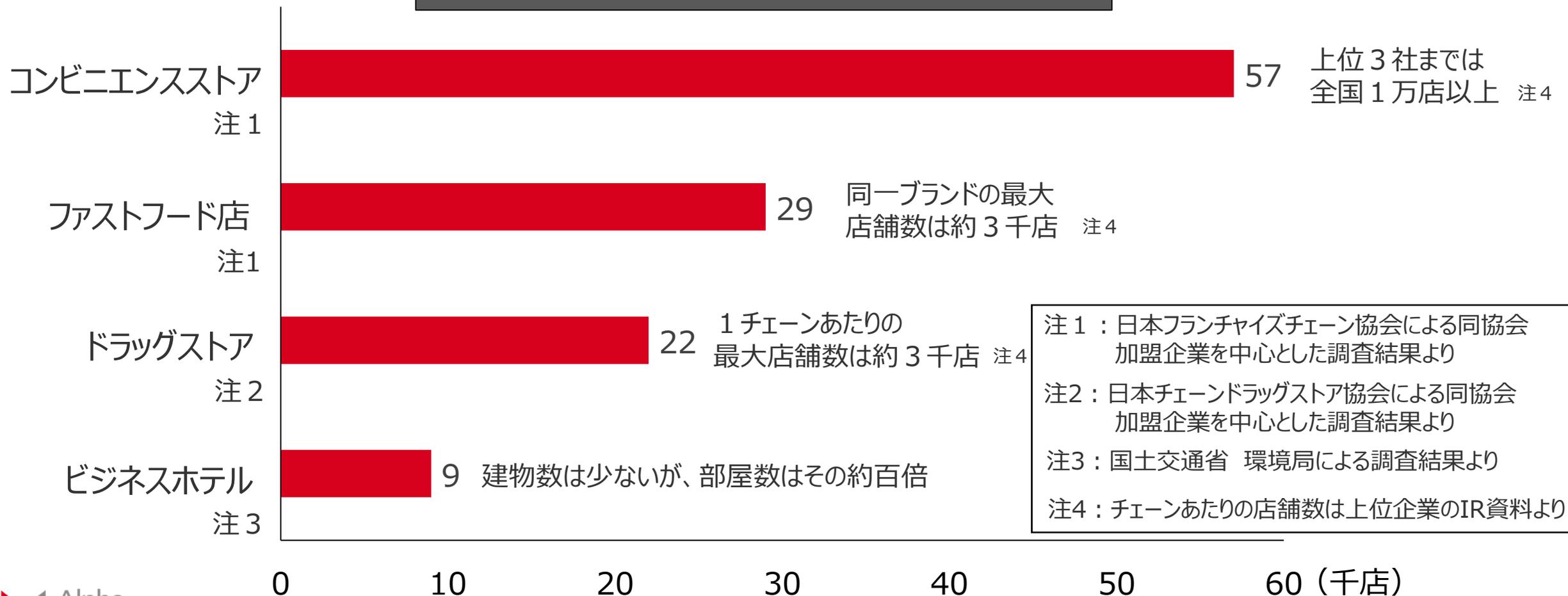
## 03. FM事業・対象マーケット

---

# 同一ブランドのチェーン店舗が多い業態に注力

同一ブランド・同型店舗が多い**大規模チェーン店の本部業務を支援**  
フランチャイズ店を含む全国店舗へ**標準化された均一なサービスを提供**

業態別の国内の総店舗数、単位：千店



注1：日本フランチャイズチェーン協会による同協会加盟企業を中心とした調査結果より  
注2：日本チェーンドラッグストア協会による同協会加盟企業を中心とした調査結果より  
注3：国土交通省 環境局による調査結果より  
注4：チェーンあたりの店舗数は上位企業のIR資料より

# FMセグメント内の事業内容

※建設事業は2024年6月3日に分社化（2月14日リリース）

## チェーン店向け役務サービス：

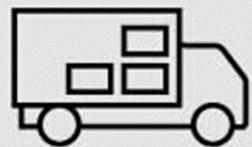
修繕、保守点検、清掃、  
改装案件管理等の役務サービス



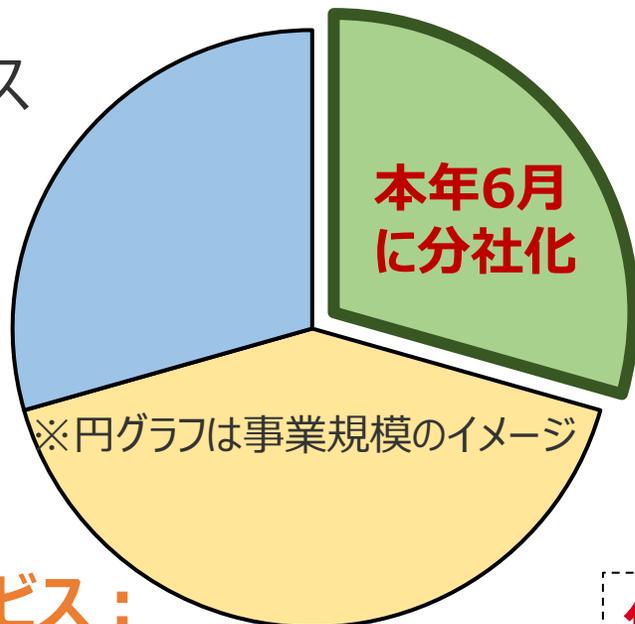
成長率は年5～7%だが、  
安定成長（ストック型）

## 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  
に必要資材を納品するサービス

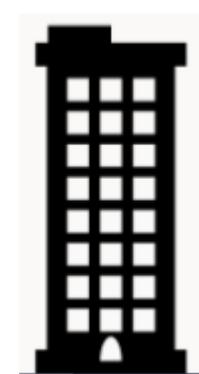


成長率は年0～15%で階段型に成長（ストック型）



## 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



年度毎に増減はあるが、中長期的には  
年10%成長（フロー型）

### <分社化の狙い>

FM事業のうち、店舗・施設の建設工事案件  
（数百万から数億円規模の内装・改装・電気工事）  
の需要が急伸。同部門の更なる成長に向けて、分社化  
により関連する経営資源を集中し、最適な体制（採用、  
人事制度、管理制度、ITツール活用）を構築

# 材・工分離ビジネス（大手フランチャイズチェーン向け購買代行）

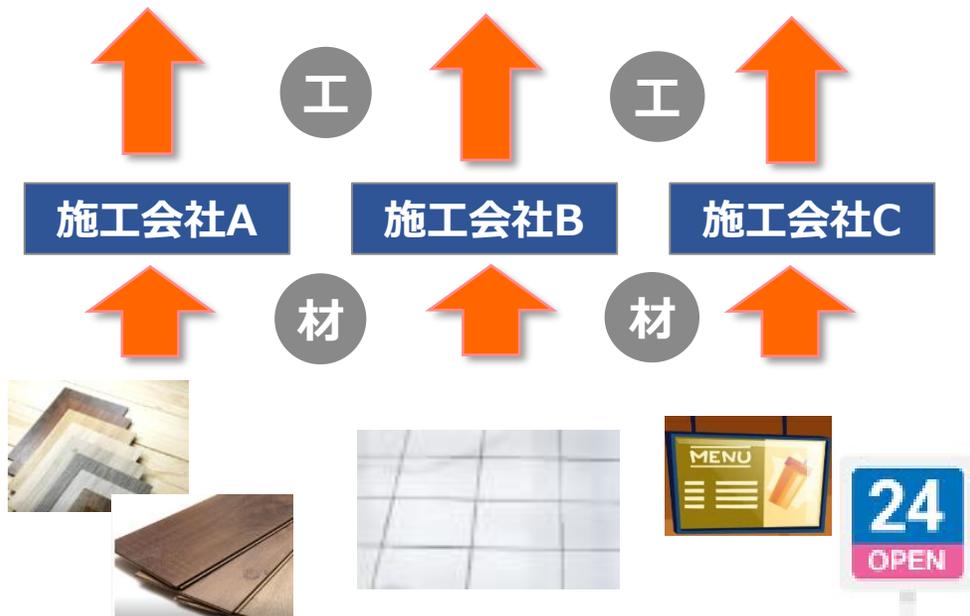
## 従来の業務の流れ

施工会社が建設資材・什器を調達

顧客（施主）

地方工務店による「材・工一致」型の工事

建設資材・什器は各地域の工種別施工会社が  
各々少量ずつ調達



当社の取り組み 材・工分離  
建設資材・什器の調達と納品管理を当社が担当

顧客（施主）

建設資材・什器は全国集中購買、  
工事は各地域で手配する材・工分離方式

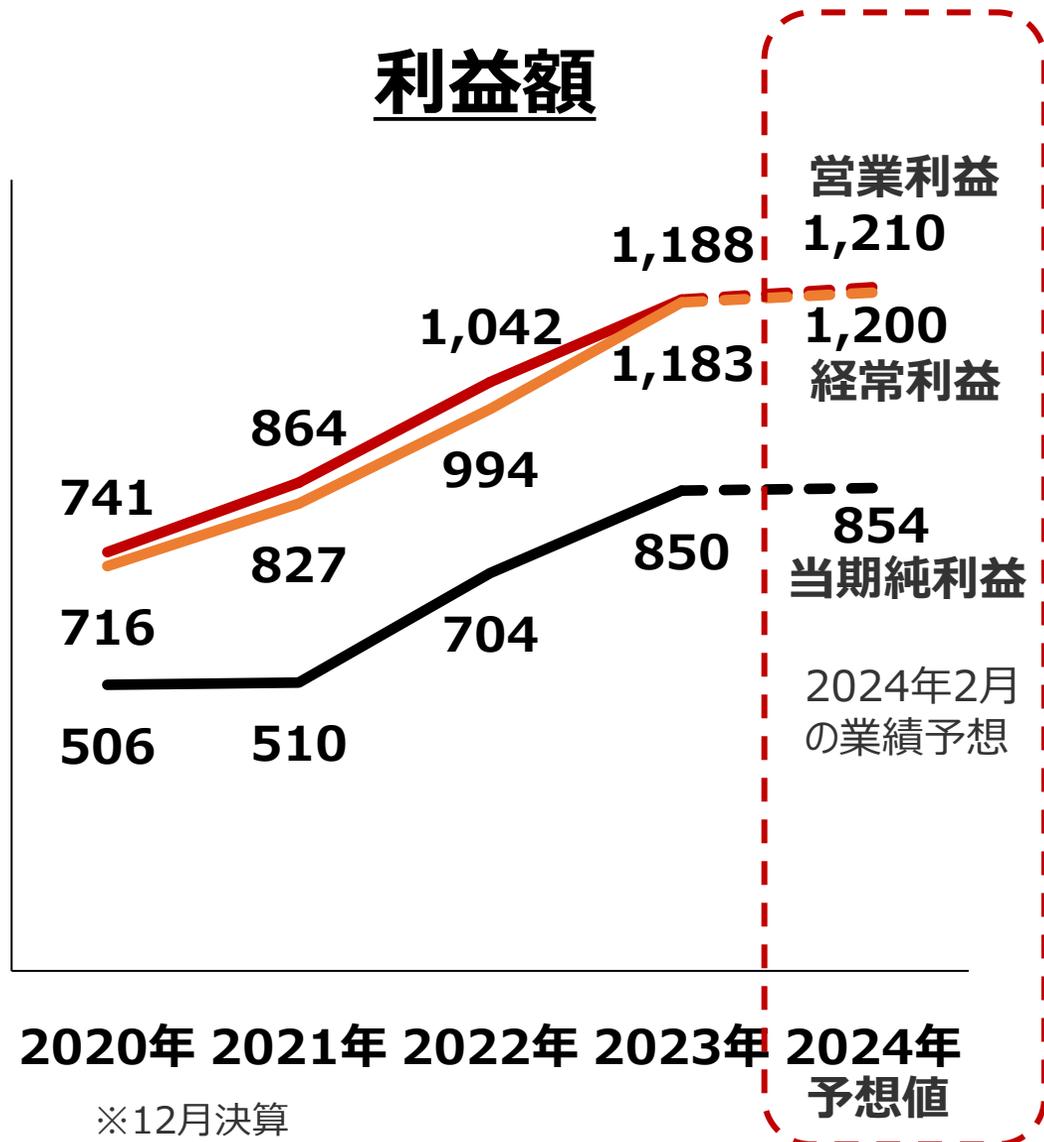
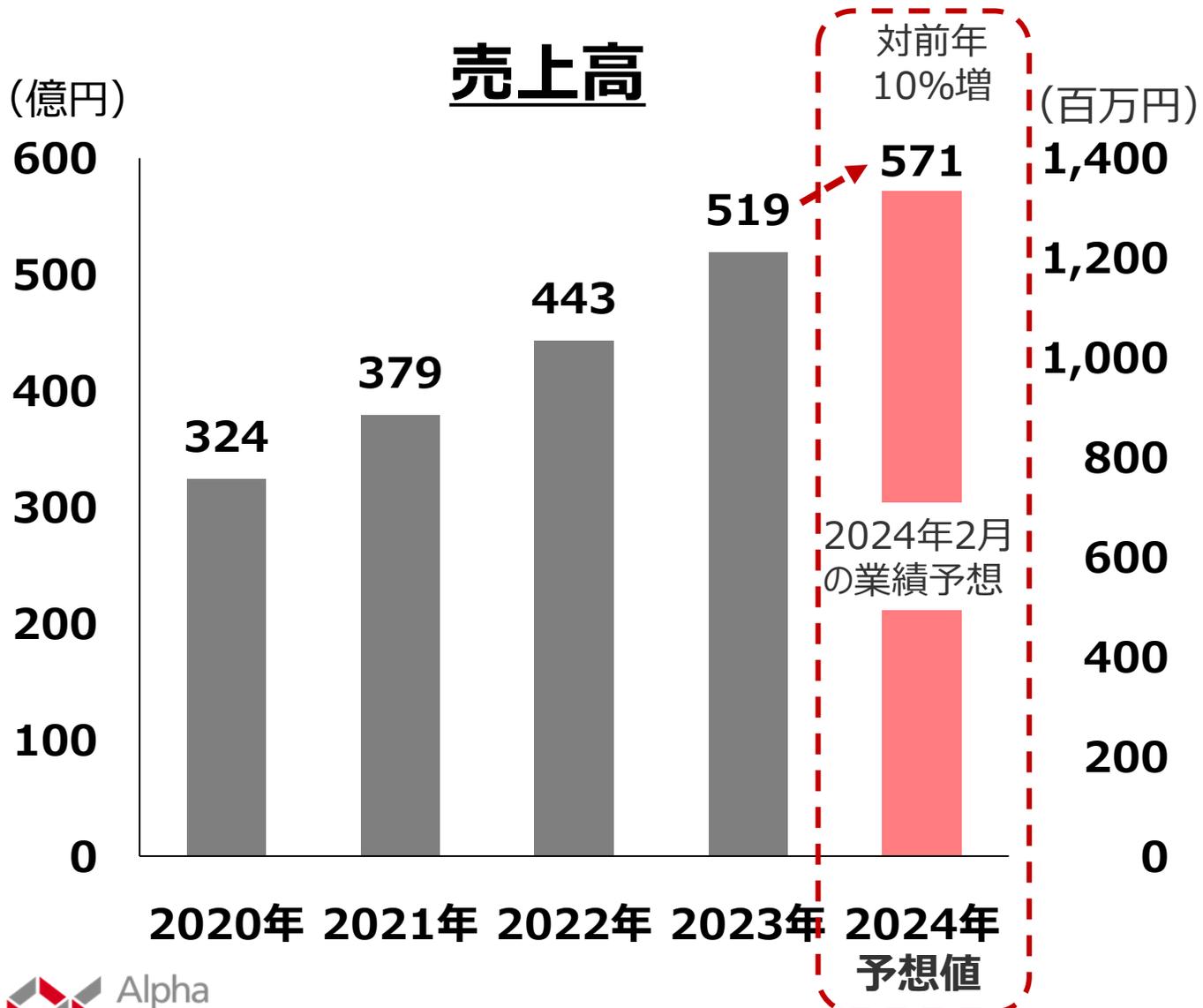


## 04.2020-24年度 業績概要

---

# 売上と利益の推移

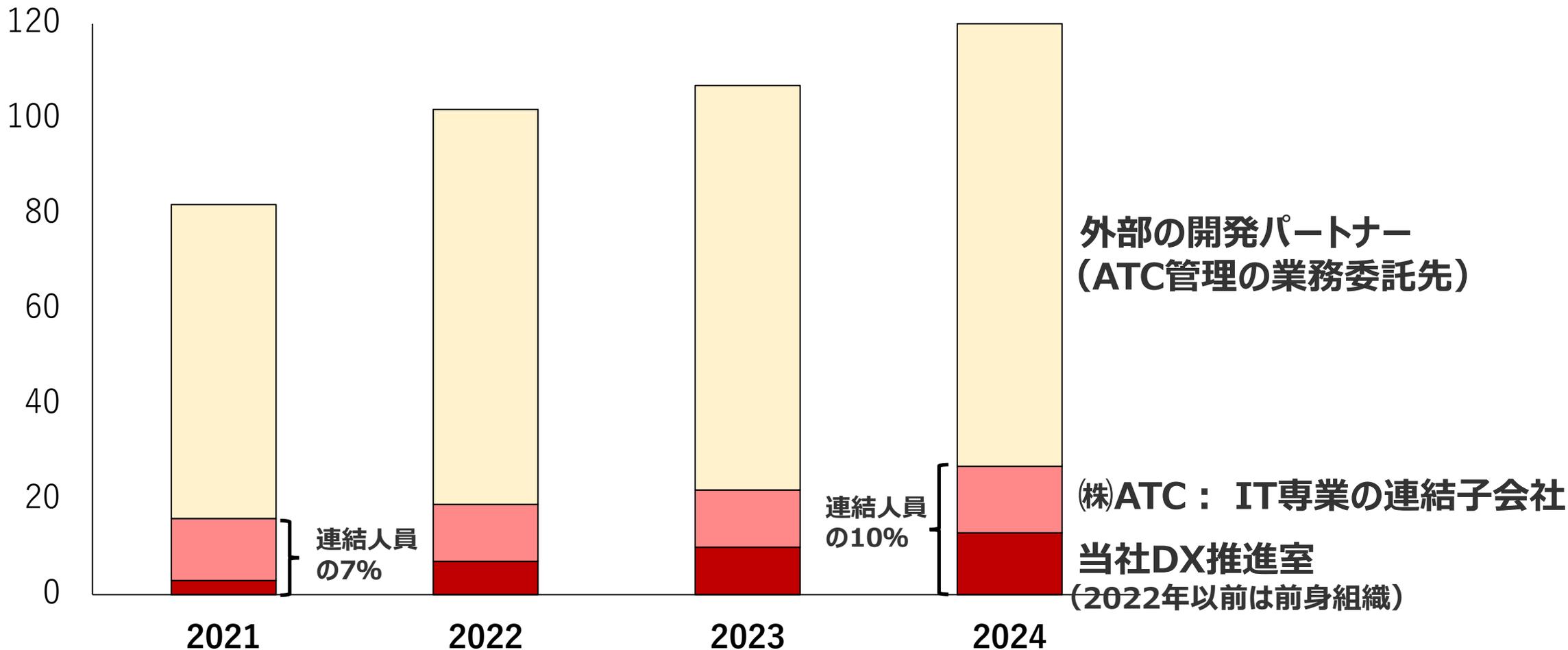
過去3年間の売上は17%成長、今年も二桁成長を維持、ITと人材への投資で費用は増



# DX人材の獲得

アルファパーチェスのDX人材数（含：外部パートナー）

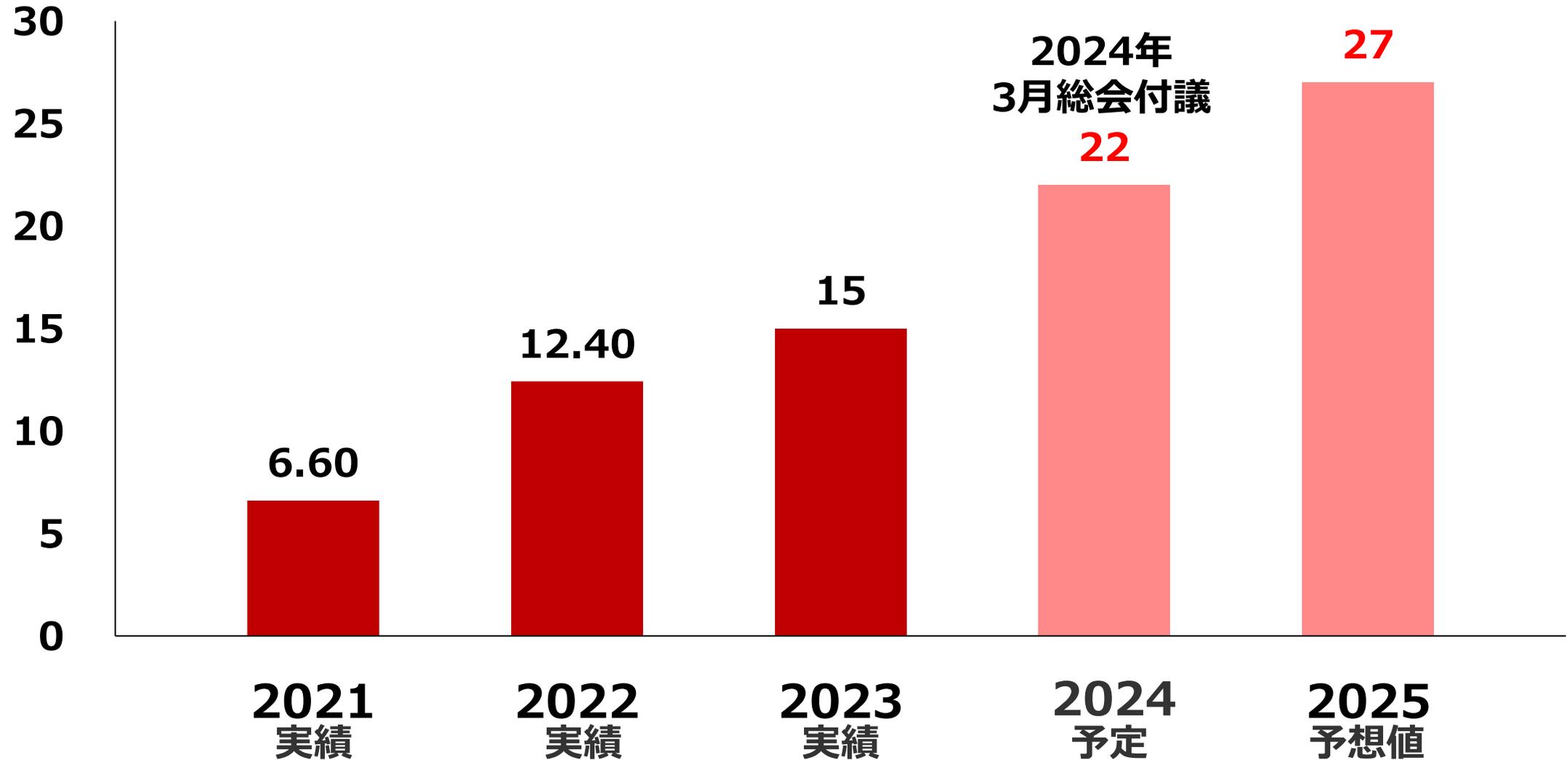
(人、人換算)



各年の年初の人員数

# 年間配当の見通し（支払い年ベース）

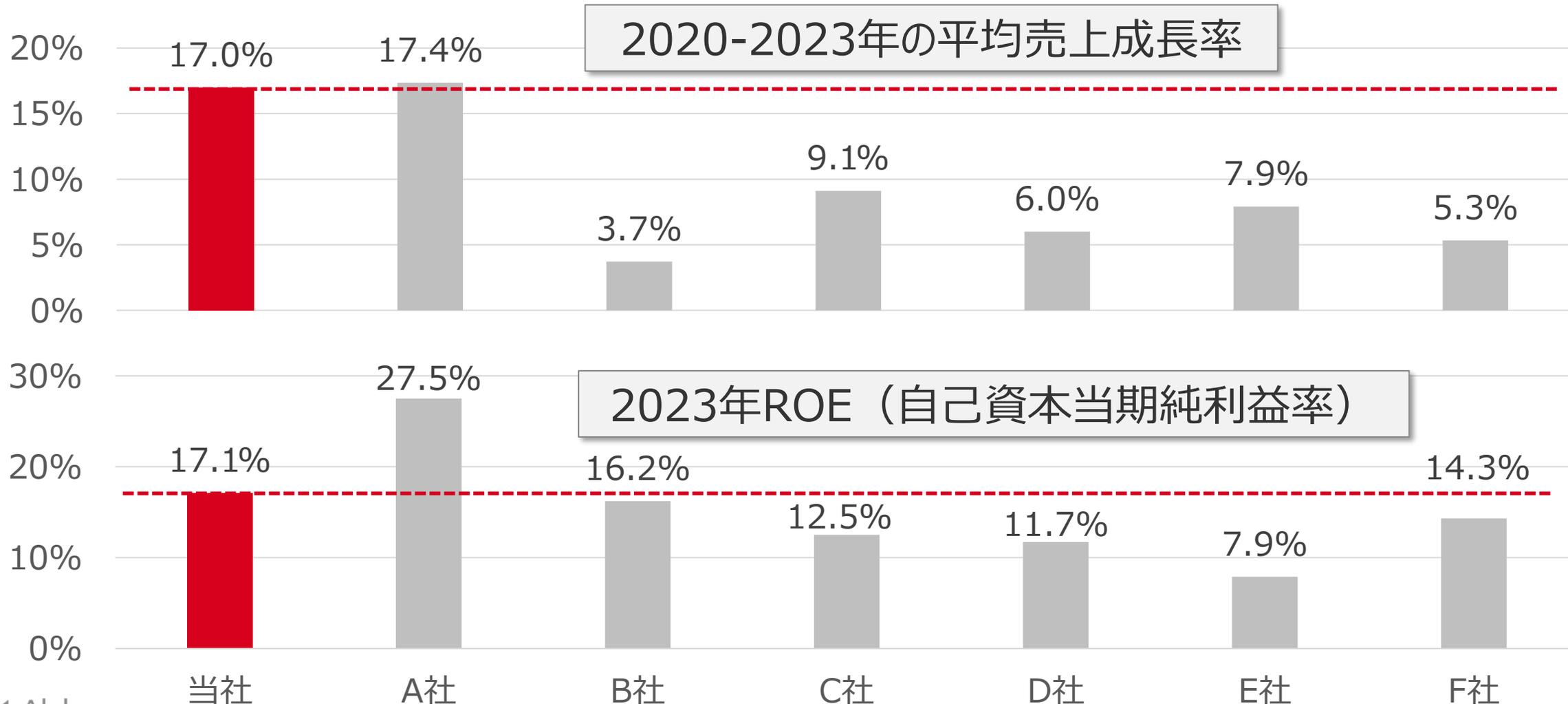
(円/株) **2025年支払いベースで配当性向3割の実現**



# 売上拡大とROE改善に注力

※当該年に終了する各社の年度の決算短信の数値を使用

- 売上拡大によるシェアアップが最優先
- アセットライトでROEを意識し、営業利益、純利益の拡大を図る



## 05. 株価推移と株価向上に向けた今後の活動

---

# 株価・出来高推移 (株価は終値ベース)



# 株価向上に向けた今後の活動

- **業績の継続的な向上（まずは売上の拡大に注力）**
  - 新規顧客獲得：口コミ、マーケティング活動
  - 既存顧客への浸透：ITシステム新機能実装、新サービス導入
- **適切なIR活動（個人投資家向けが重点だが機関投資家向けも拡充）**
  - 個人投資家向けIR：  
決算説明会以外の説明会充実化、Web充実化、データベース充実化、  
タイムリーなニュースリリース
  - 機関投資家向けIR：  
1 on1ミーティングの充実化
  - 海外投資家対応



Alpha  
**Purchase**