

株式会社アルファパーチェス（東証スタンダード市場 T7115）の紹介

2025年 7月 4日
株式会社アルファパーチェス
取締役 齋藤 正弘

アルファパーチェスの株価推移

上場以来の株価の週足の推移



■ 1. アルファパーチェス（T 7115）の会社概要

100

概要

お客様の内訳

設立

※現会社は2010年11月1日に新設分割

資本金

※2022年12月26日東京証券取引所スタンダード市場上場

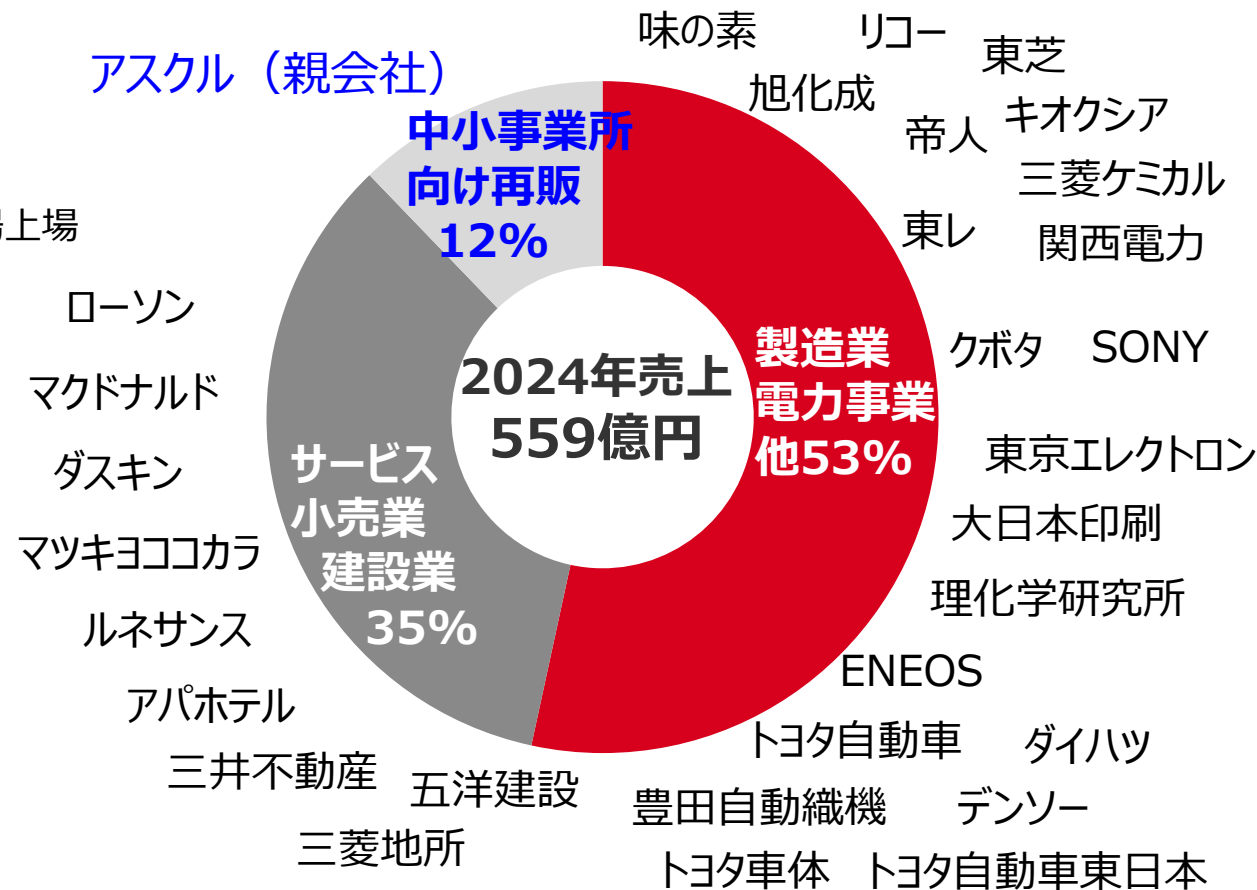
本社所在地

代表者名

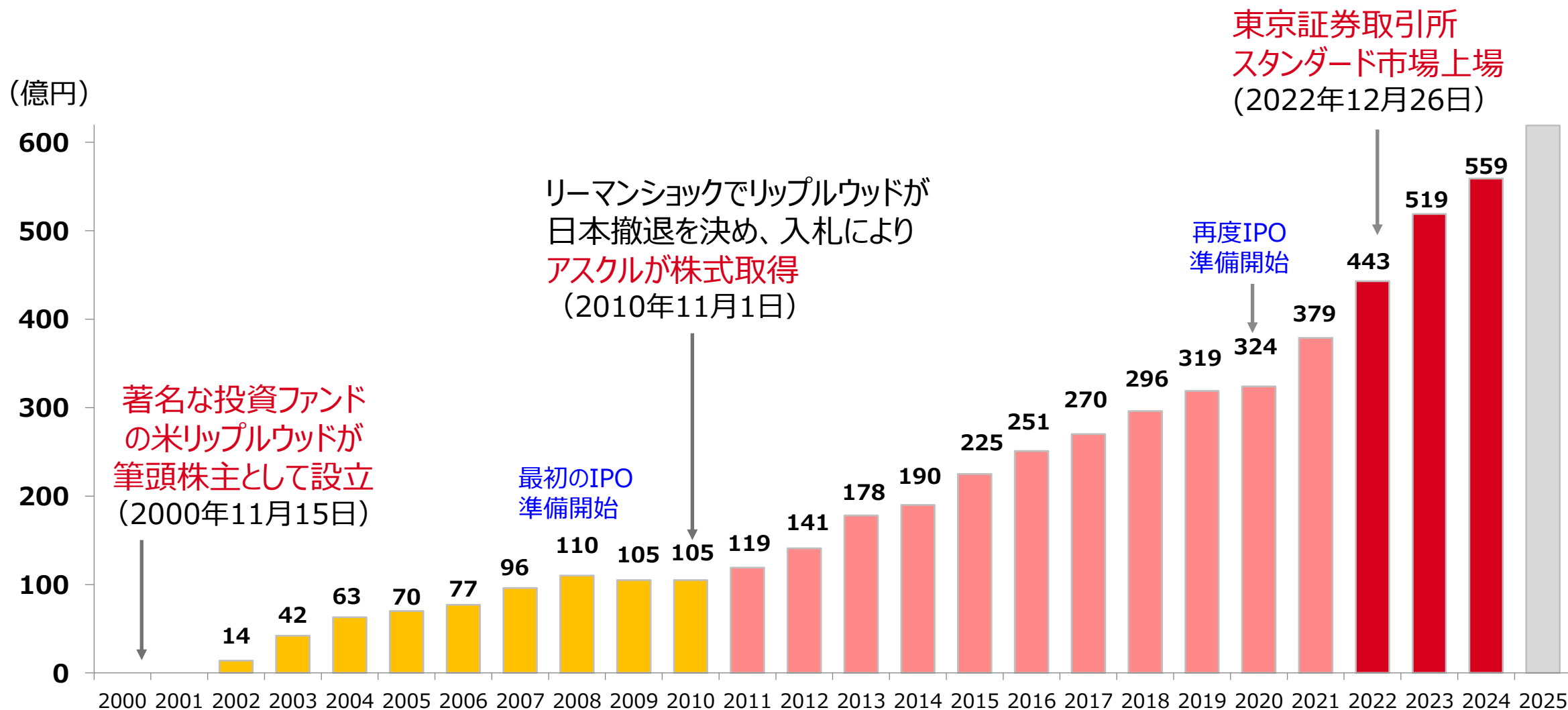
事業概要

従業員数
(連結)

※パート、派遣社員除く



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年以前の売上高について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。

事業セグメントと事業ドメイン

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



当社のサービスは大企業グループ向け
(本社およびグループ内企業) に特化

お客様の売上が1千億円以上の大企業

MRO物品を直販
Maintenance, Repair,
and Operations

大企業
(約1千社)

多店舗チェーン本部
向けファシリティ・マネ
ジメントサービス提供

親会社アスクルの主な事業領域

中堅企業向け
(対象 1.4万社)

お客様の売上が
売上高100億円
～1千億円

中小企業向け事業
対象：300万社以上

売上高
100億円未満

個人向けBtoC事業
(8千万人)

役務のソリューション FM事業

- 商業施設の修繕



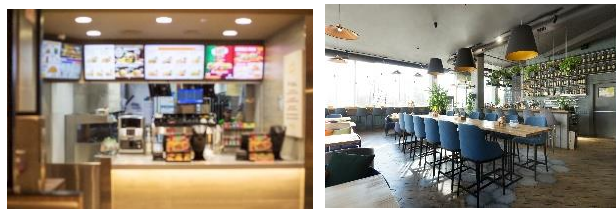
- 商業施設の清掃



- 各種工事、保守・点検他

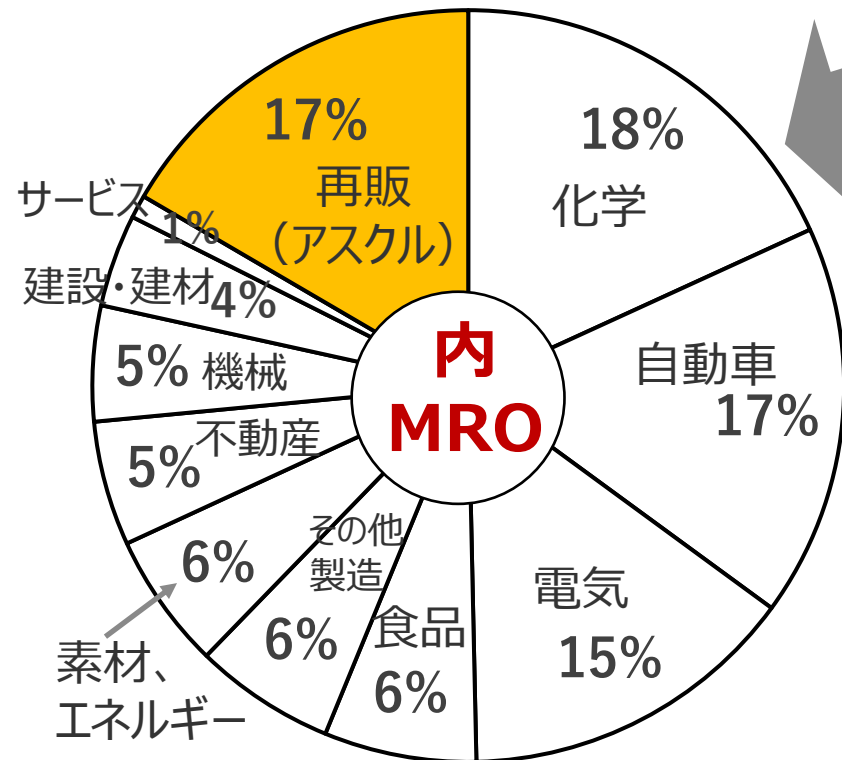


- 店舗内装資材・看板 購買代行

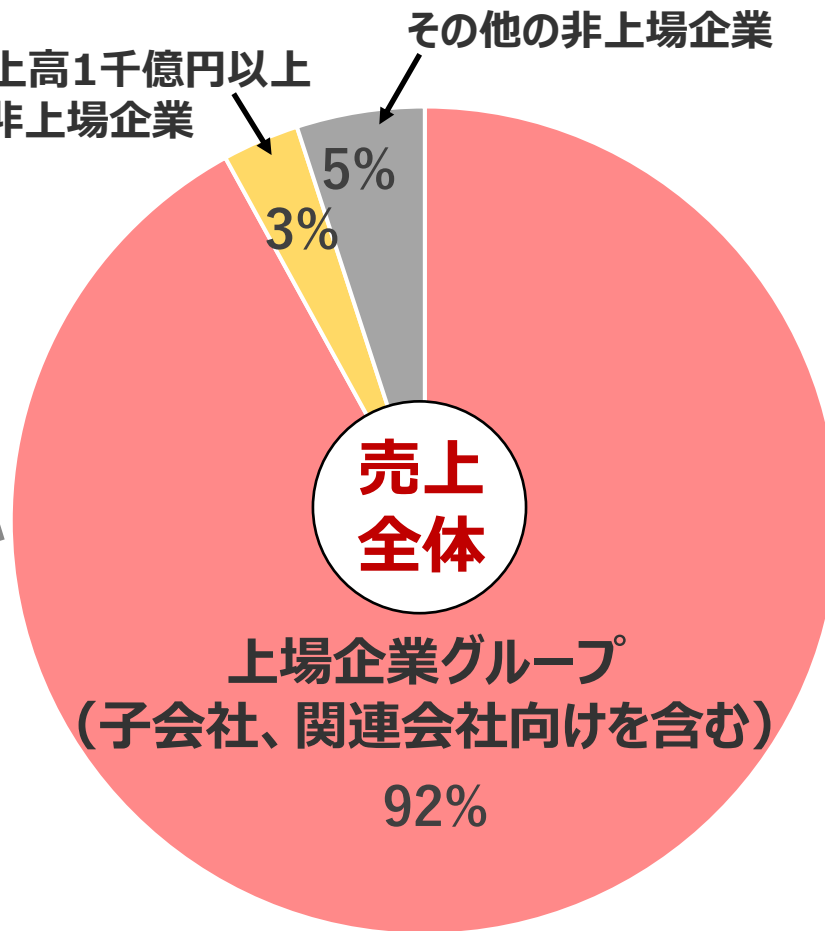


セグメント別売上構成 と お客様の業種別売上構成比（2024年度）

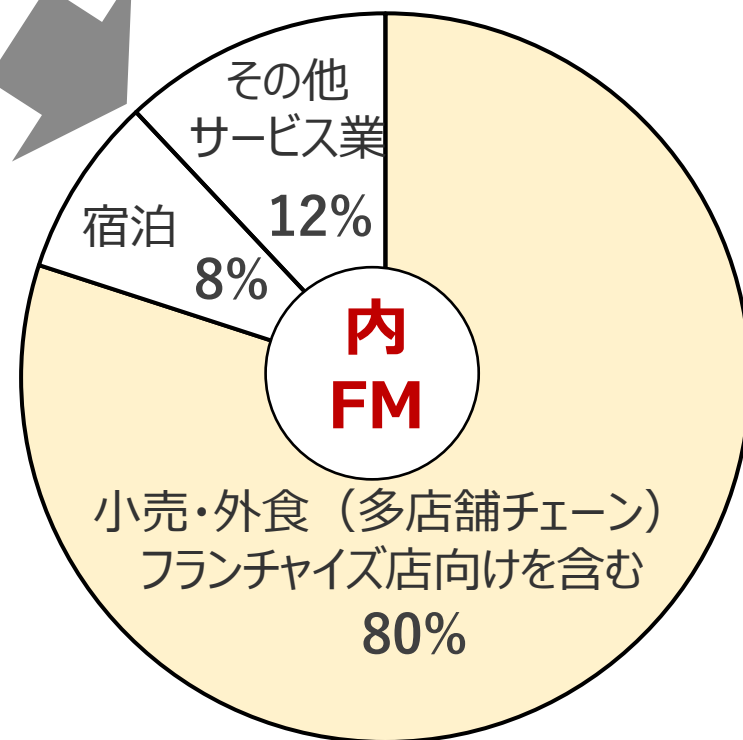
MRO事業：売上の74%



売上高1千億円以上の非上場企業
その他の非上場企業



FM事業：売上の26%



2024年度実績

■ 2. MROセグメントのビジネスモデル（当社売上の3/4）

お客様（企業グループ）の規模によるMRO調達ニーズの変化

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



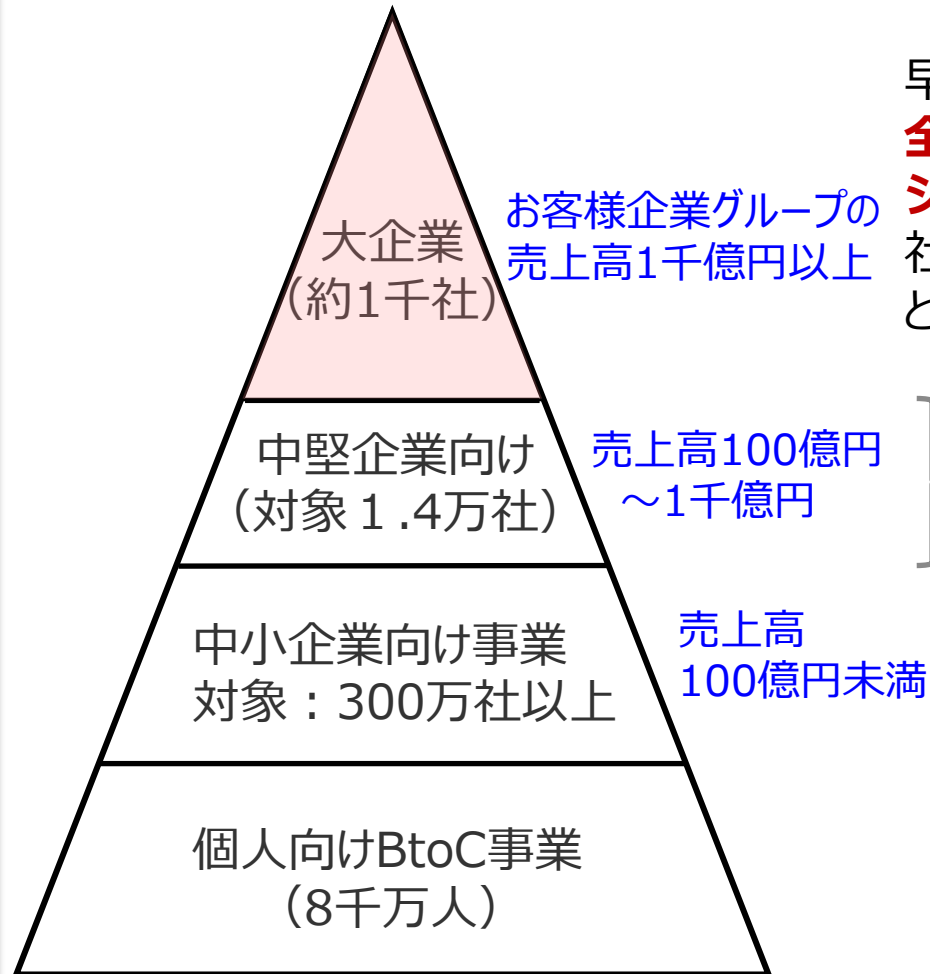
- 研究備品・試薬・部品



- 事務用品・OA機器・家電・書籍



売上高1千億円、3千億円、1兆円と、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。高度な管理を社員を使わずにできるサービスが求められる



早い、安い、探しやすいは重要だが、それ以上に**全社購買統制や基幹ITシステム（ERP※）とのシステム連携や取引業者登録ルールの方が重要。**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 ※ERP: Enterprise Resources Planning

- ・早い、安い、に加えて、商品の探しやすさ
- ・ITシステムとの連携は限定的で、複数業者のシステムの併用が可能

- ・配送が早い、価格が安い、が何より重要
- ・ITシステムとの連携がなく、自由度が高い
- ・従って、**業者の併用や都度利用は自由**

当社サービスの最大の特徴は取引口座（納入業者）の一元化

本社 支店 営業所 事業所 工場 子会社 直営店 フランチャイズ店

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



契約・受発注・支払は
当社経由。責任も当社

機械卸店 工具卸店 建材店 文具店 部品商 電気店 工務店 設計会社

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（卸商社）

他の通販サプライヤー
（当社とシステム連携）

お客様工場地区のサプライヤー等

商品の在庫・直送機能を持つ卸商社

当社と同業の電子商取引サイト

■ アルファパーチェスのMRO売上は物販ですか、利用料ですか？

この質問は当社の I R ミーティングで必ず最初に頂くご質問です

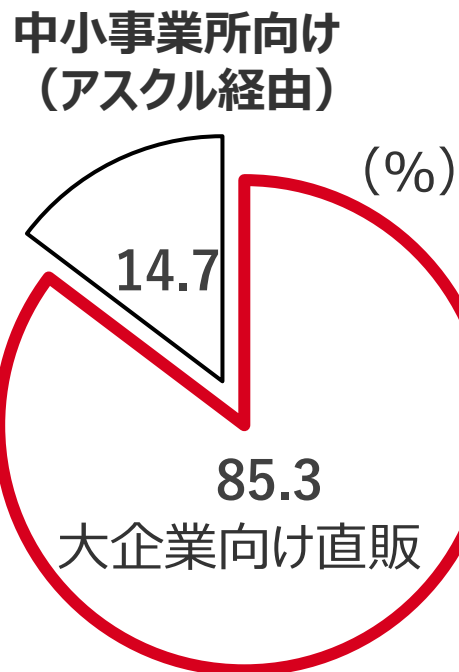
MRO売上の99%が物販売上です。粗利分ではなく、商品の代金全額を売上計上します。システム利用料課金もありますが、実費相当で低額です。システムのカスタマイズ費用等、お客様の個別のご要望で発生する費用は別にいただきますが、それらを含めても、**システム利用料は売上の1%未満**です。

当社のお客様には、取引関係（帳合）を一本化し、売主の責任を当社に問える形に統一したいとのニーズがあり、それに応えられる契約・取引形態となっています。

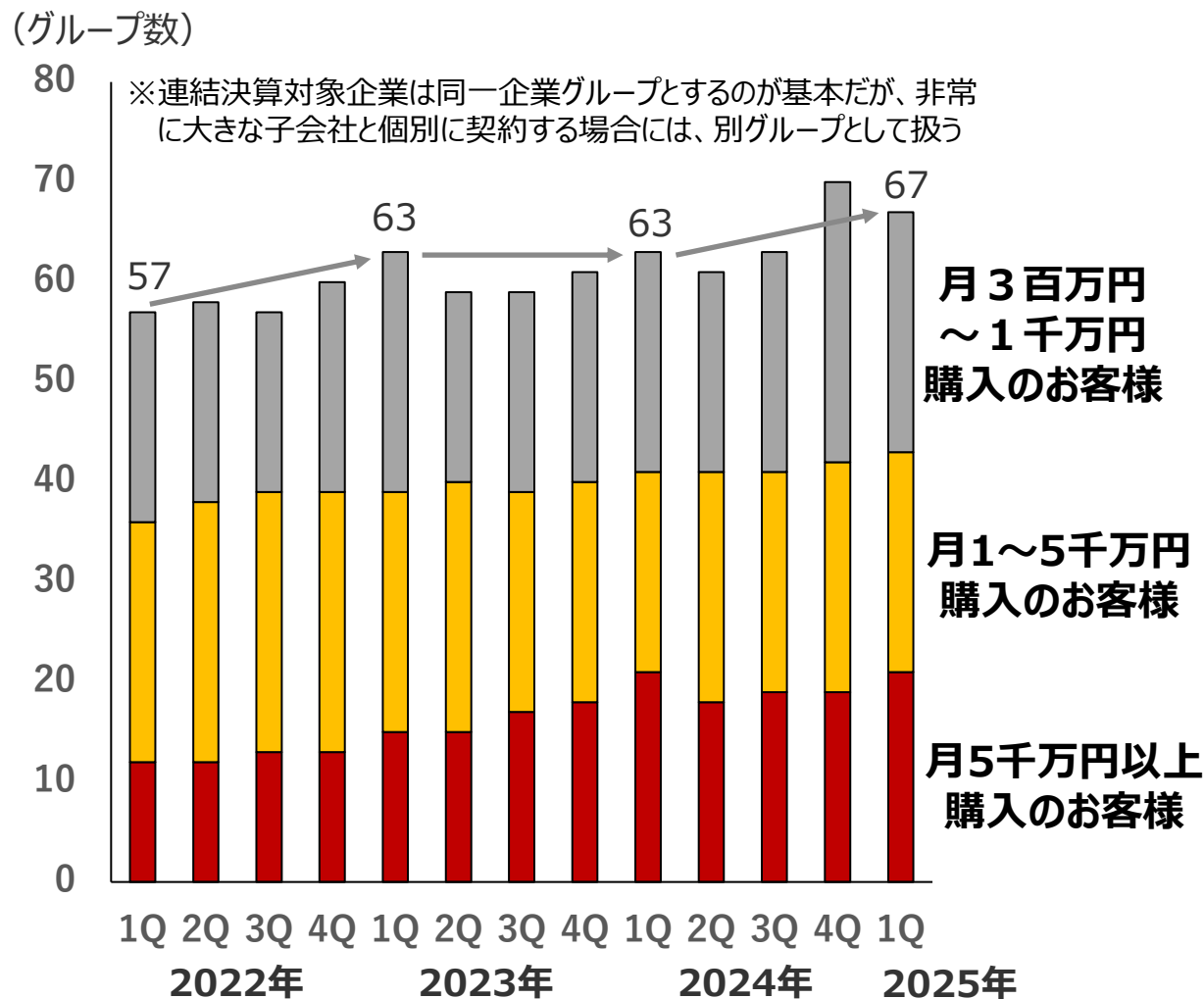
但し、ごく一部、例外となる取引もあり、その場合、粗利分のみを手数料として、売上計上します。

MRO販売の売上構成と主要顧客グループ数の変化

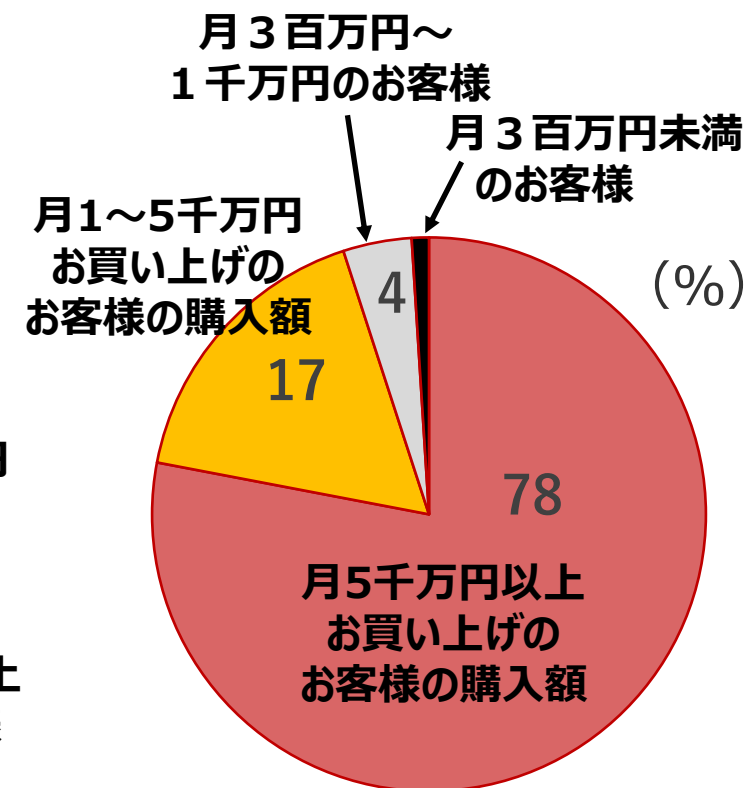
2025年1Qの
MRO全体の
売上金額構成比



大企業向け直販顧客の
企業グループ※数の推移



2025年1Qの
大企業向け直販
売上金額構成比



当社MROサービスに関する大手顧客グループの解約件数推移

大口顧客の解約は直近4年間ゼロ。それ以前の解約例も金額影響は、ほぼゼロ

当社とのお取引額	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025上期	件
月額1～3百万円	1	1	0	0	0	0	0	0	
月額3百万～1千万円	0	0	0	1	0	0	0	0	
月額1千万円以上	0	0	0	0	0	0	0	0	
解約による金額影響	0.05%	0.05%	0%	0.15%	0%	0%	0%	0%	

顧客廃業
による解約

特定商材のみの
取引だったが終了

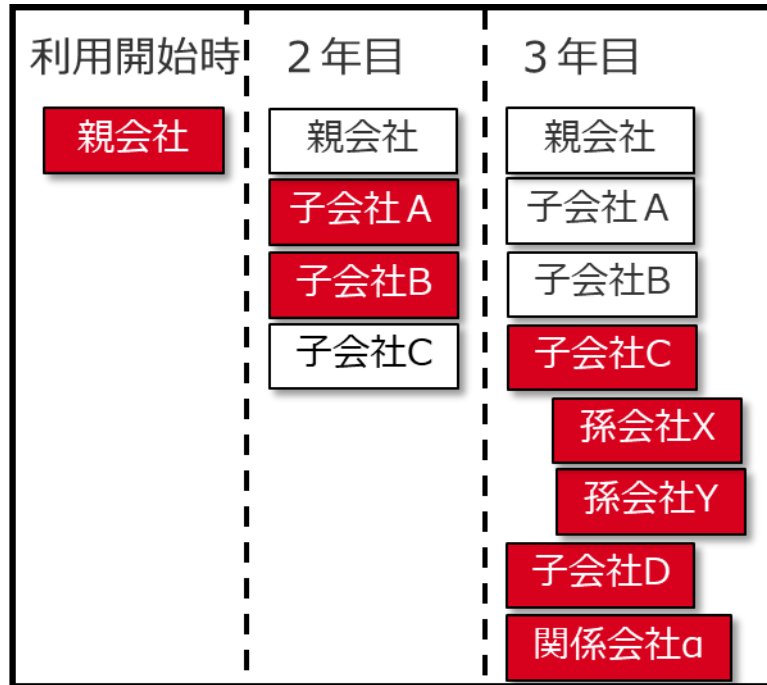
顧客の購買システム
変更に伴う接続中止

※解約の定義は、契約終了、または契約は継続しているが購買額がゼロとなる場合

2021年の解約事例は、お客様が他社の購買システムを利用され、当社サービスは1サプライヤーとして接続されていた事例。月額1千万円以上お取引の顧客は、通常、当社サービスがメインのシステムとして利用されているため、解約事例はない。

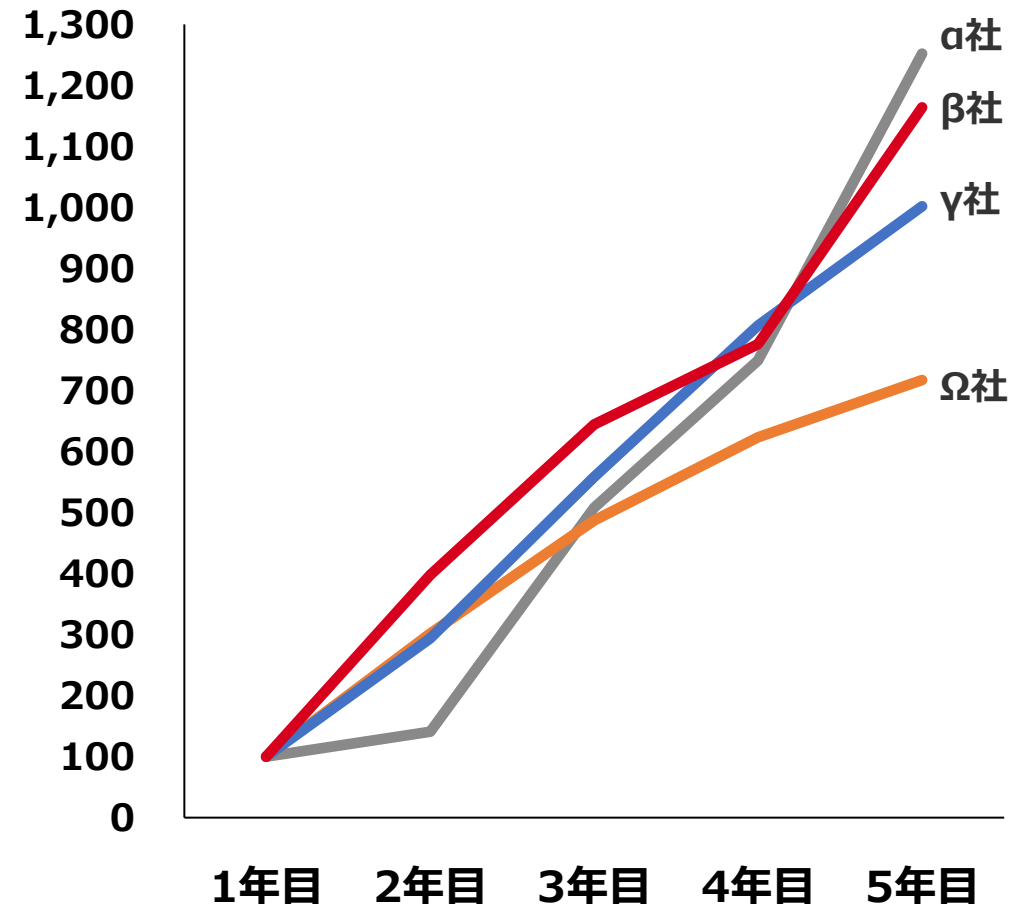
MROの新規顧客（企業グループ）へのサービス浸透のプロセス

①グループ全体へのサービス導入の進展



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)

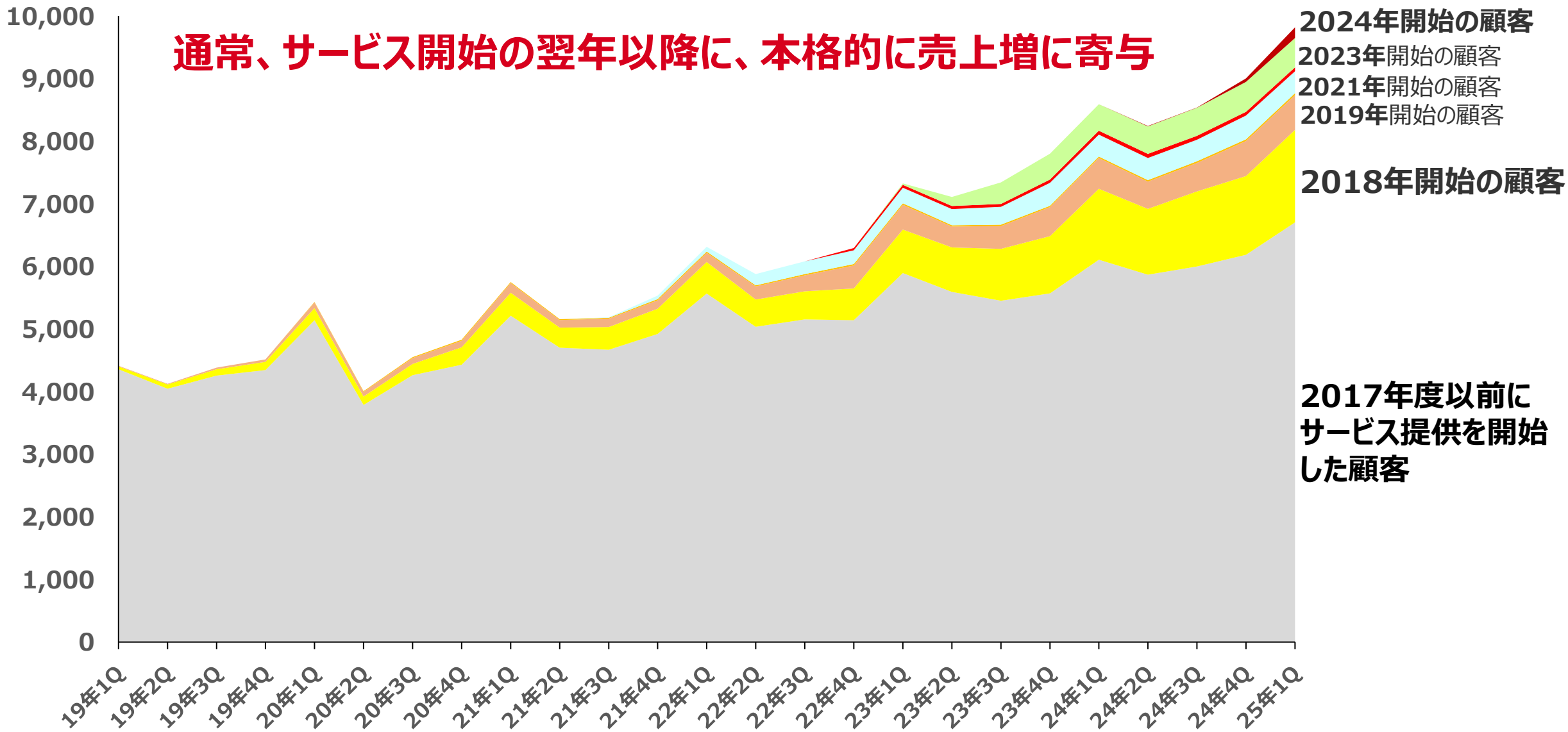
③当社取扱の購入可能品目の増加

(当社カタログの品目増に加え、連携接続業者の増加)

大企業向けMRO事業の「契約年度別」売上推移

(百万円/四半期)

通常、サービス開始の翌年以降に、本格的に売上増に寄与



■ 3. FMセグメントのビジネスモデル（当社売上の1/4）

お客様の店舗展開規模によるFacility Managementへのニーズの変化

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



店舗数千店あたりで、チェーン本部の社員のみによる人力管理は限界に達し、店舗の開店・維持・管理につき、社員を支援・代行するサービスが求められる

チェーン全店売上
1千億円以上

店舗数
千店以上の
大規模チェーン

店舗数百店の
中規模チェーン

支店数十店までの
小規模チェーン

個人営業の小規模店舗

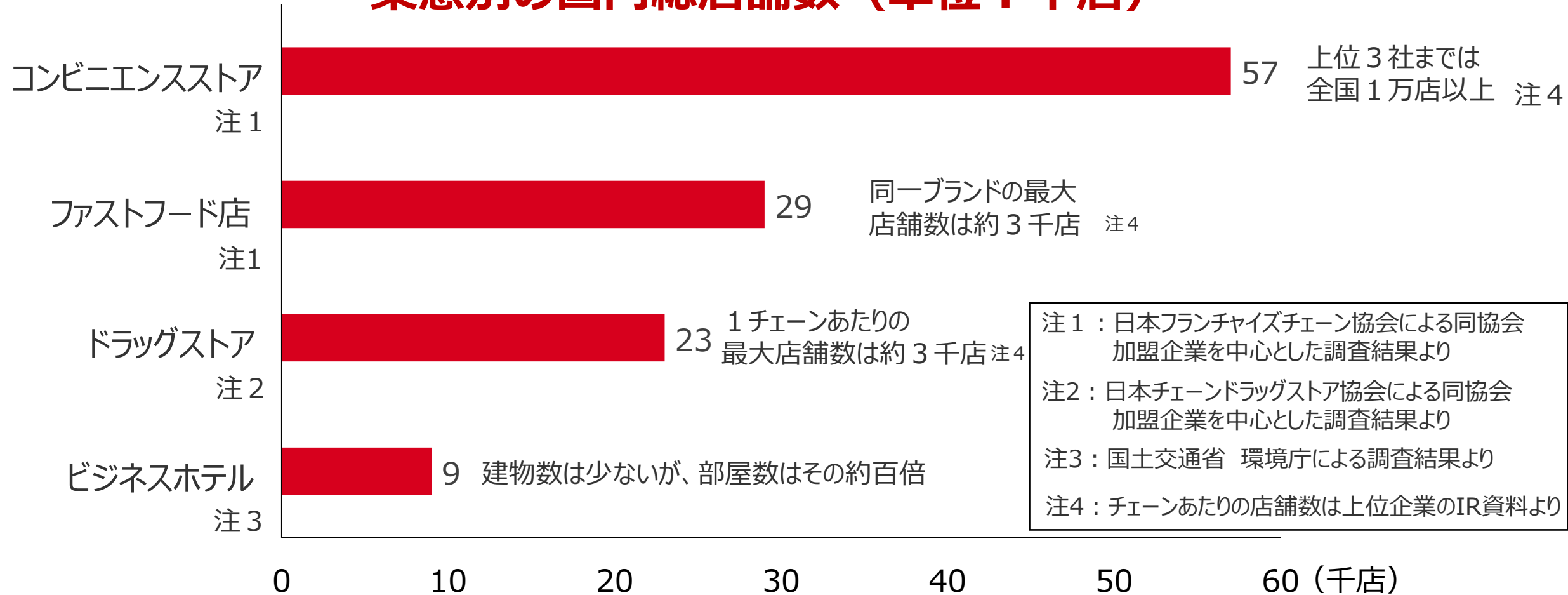
店舗数が千店を超えると建設部、店舗開発部等の人手による管理が難しくなり、DXツールや、外部のBPO（Business Process Outsourcing）サービスへのニーズが顕在化

多店舗を束ねるチェーン店本部の機能が次第に重要になり、店舗の開店・維持・管理、閉店までのライフサイクル管理を行う建設部、店舗管理部等が、自社内で全てをとりまとめ

F（Food）、L（Labor）コストと言われる原価、人件費と、家賃のコントロールが課題

同一ブランドのチェーン店舗が多い業態に注力

業態別の国内総店舗数（単位：千店）



- ・当社 F M 事業では、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の店舗へ**標準化された均一なサービスを統一価格体系で提供**

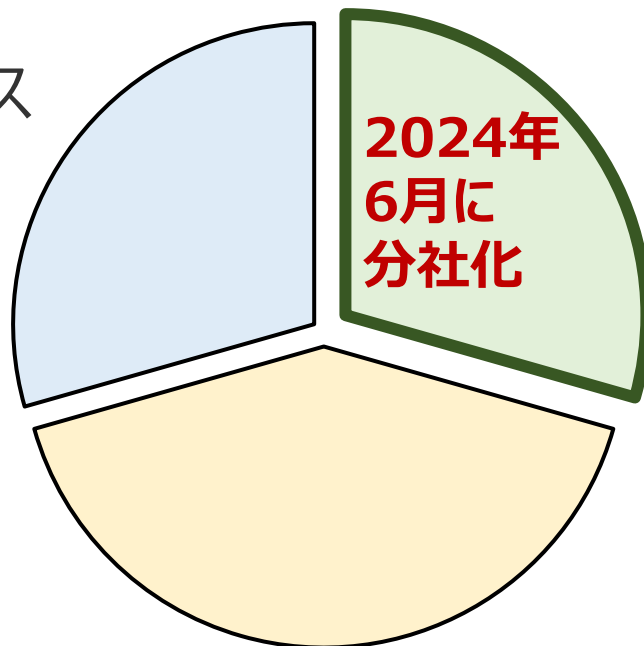
FM事業の具体的な内容

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



※円グラフは事業
規模のイメージ



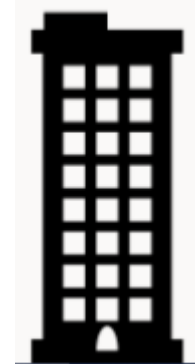
材・工分離による資材納入サービス：

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



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



5百万円以上の工事には建設業許可が必要

許可番号	東京都知事許可 第138249号														
商号又は名称	エーピーリノベーションズ A P リノベーションズ (株)														
1:一般建設業 2:特定建設業															
許可を受けた 建設業の種類	土	建	大	左	と	石	屋	電	管	夕	銅	筋			
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2			
	板	方	塗	防	内	機	絶	通	園	井	具	水	消	清	解
	2	2	2	2	2		2				2				2

多店舗チェーン向けDX基盤 を チェーン毎に専用アプリで構築

お客様別の業務用アプリ群の例

●積算業務関連

	
積算進捗管理表	手配管理表・注意表

		
発注アラート	発注業務進捗管理	案件予算管理

●不具合品管理表

		
不具合品管理表	品番一覧 (不具合品管理表用)	案件情報 (不具合品管理用)

●在庫関連アプリ

	
在庫発注登録	在庫発注履歴

お客様別の各種マスター情報の例

	
店舗マスタ	店舗カルテ

		
お客様企業マスタ	サプライヤマスタ	製造メーカーマスタ

		
支給材マスタ	新旧品番マスタ	支給材テンプレート

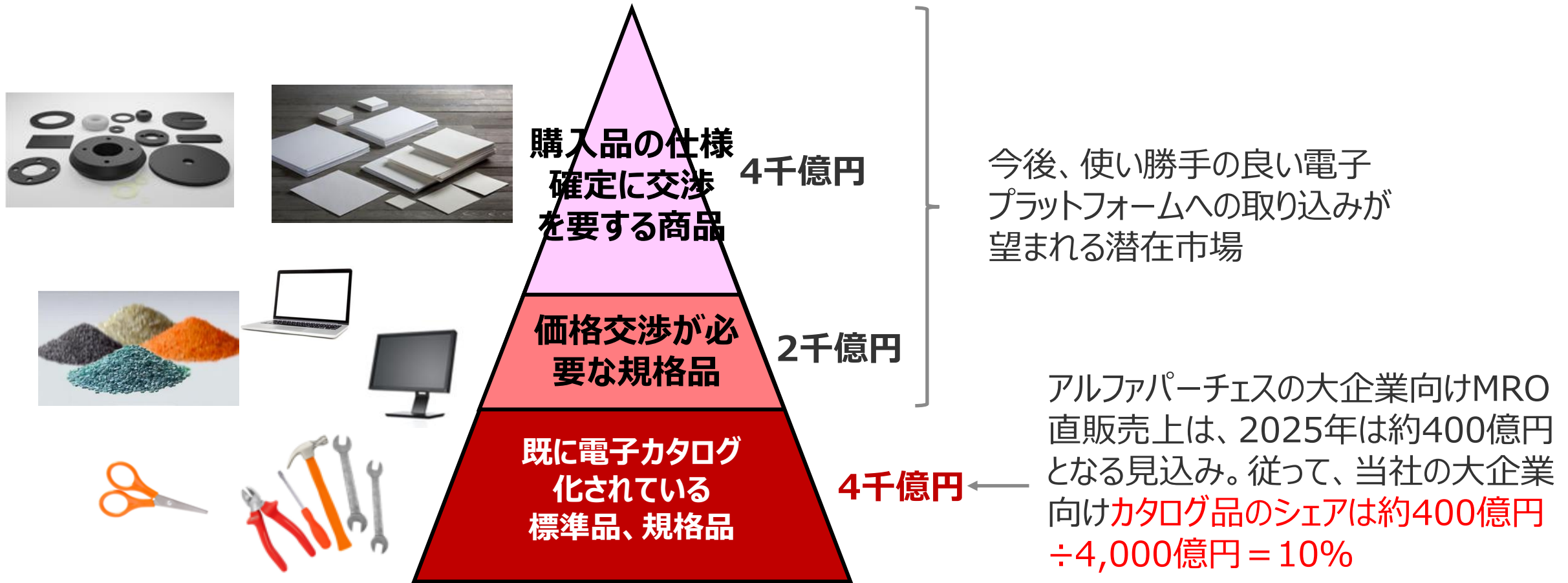
	
納入LT・納品LM	支給先情報

4 .M R Oセグメントの事業戦略

(2024年9月からの戦略変更)

アルファパーチェスの大企業向けMRO市場におけるシェア

大企業向けロングテールMRO市場の1兆円の内訳



アルファパーチェスのシステムは、同一商品を自動相見積り

通常の電子商取引サイトの品ぞろえ

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、合計6千万アイテム



1,380円
サプライヤーA社
からの仕入品



1,480円
サプライヤーB社
からの仕入品



1,580円
サプライヤーC社
からの仕入品



1,720円



1,780円



1,980円

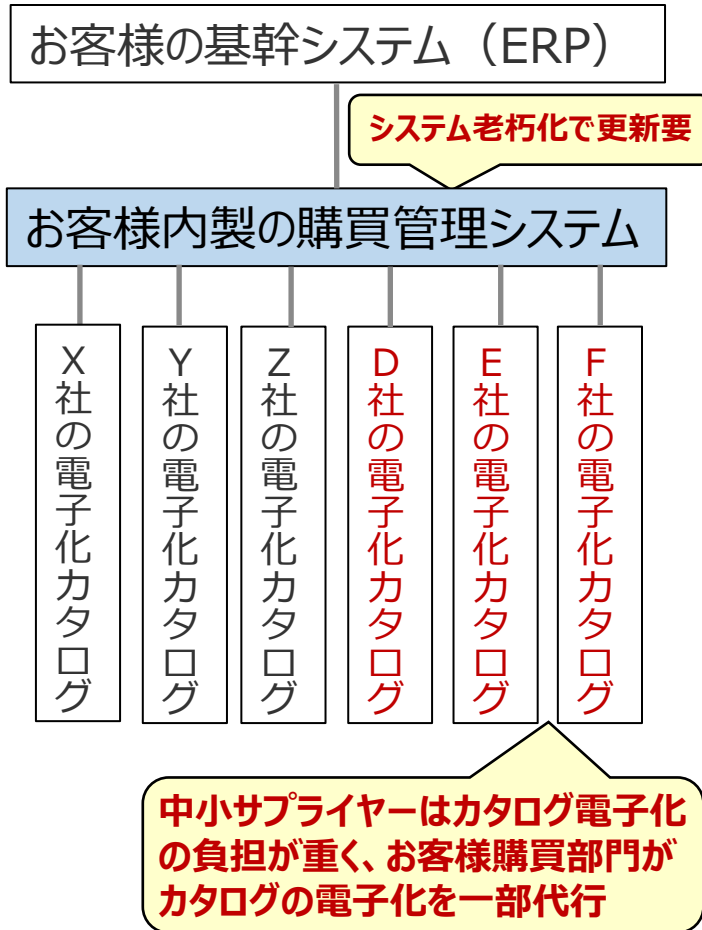
当社の販売カタログは
原則、サプライヤー指定
の推奨売価を表示
(当社マージンはサプ
ライヤー毎の約定料率)

販売型名が異なる商品から、同一
メーカー型名の商品を探し出し、
名寄せした上で最安値品を推奨。
販売者は全て当社なので、その先
のサプライヤーの信頼度調査不要

大企業のLong Tail（多品種少量）MRO品の購入方法

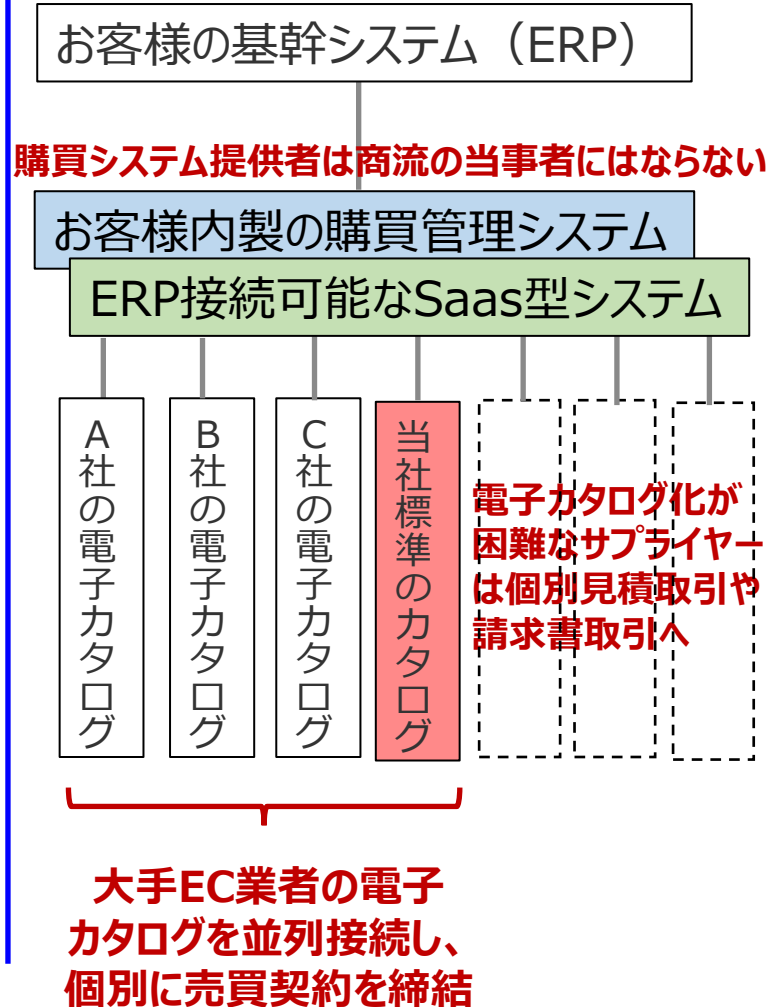
①大企業の本来のご方針

従来の取引先との関係をそのまま電子化



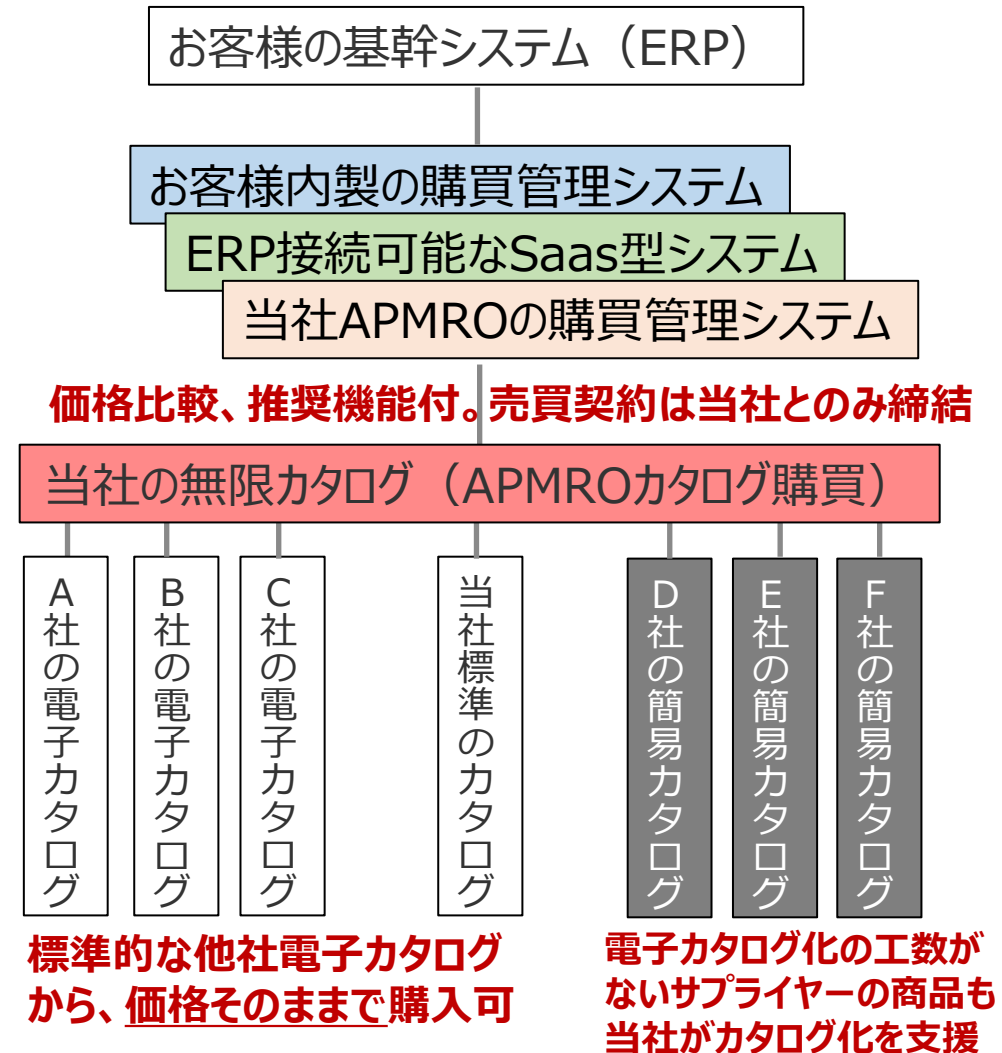
②大企業の現実的解決策

最近はSaaS型購買システムの導入が増加

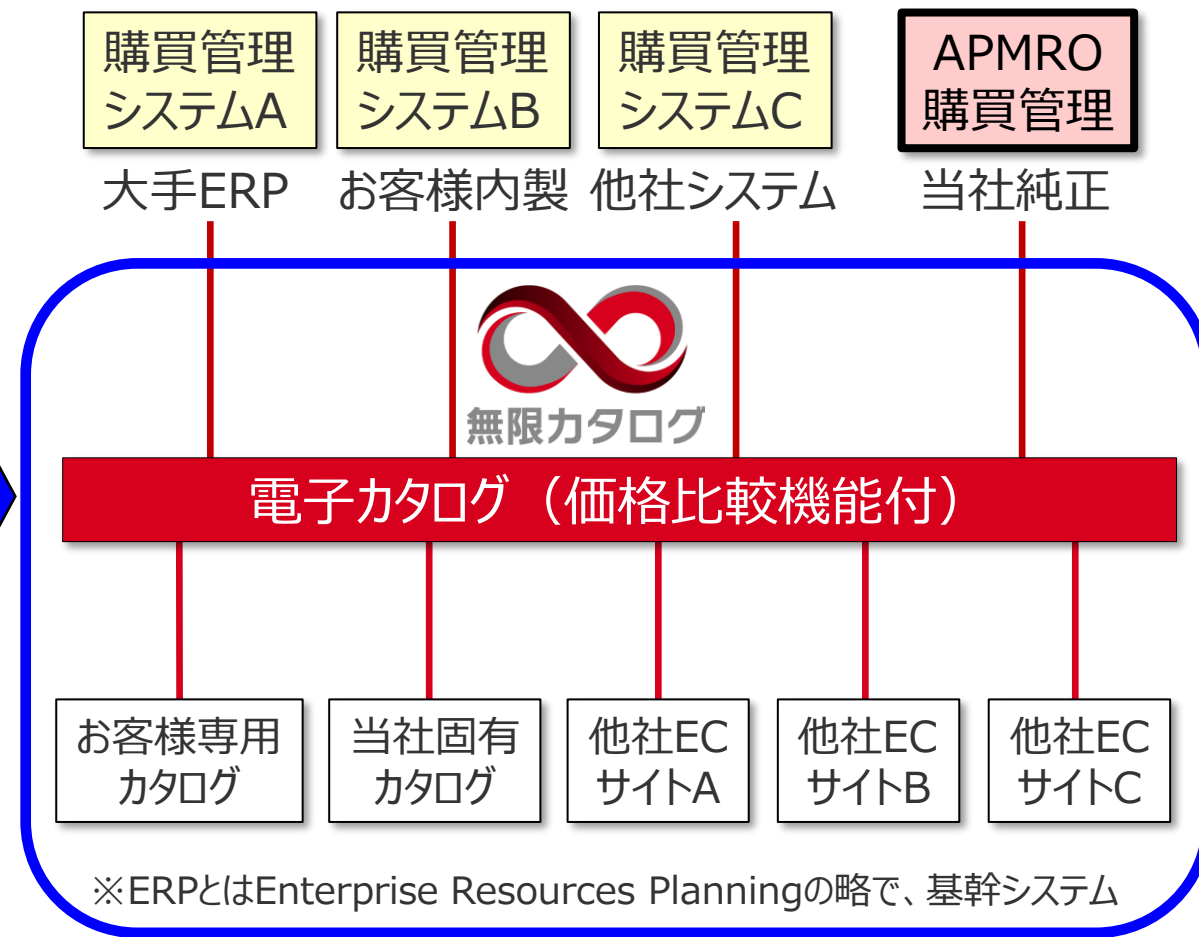
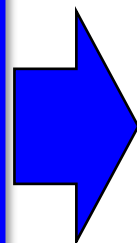


③当社の提案

購買管理システムはお客様の自由選択。カタログ部のみ当社



■ お客様に対する販売アプローチの変更：システム提案から「無限カタログ」提案へ



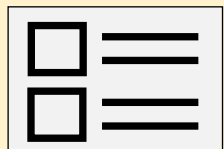
(2024年9月24日プレスリリース)

「無限カタログ」で強化した商品比較機能 ※既存ユーザーには自動適用

従来：価格比較情報はあるものの、お客様が積極的に商品選択をし直す必要あり

カタログAの商品のご選択後に価格比較情報を表示

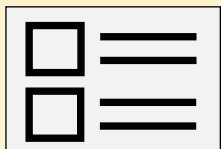
カタログA



商品コード：
ABC123DZ

1,230円

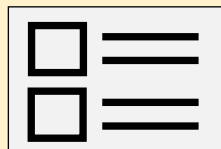
カタログ B



商品コード：
MA23656-J

1,460円

カタログC



商品コード：
YMX-2356-12

980円

※商品コードは架空のもの

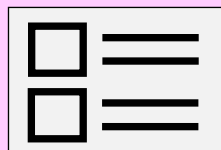
上記の3商品は掲載カタログにより品番や価格が異なるが実は、同一メーカー製の同一商品。当社電子カタログは、同一商品を判別し、価格比較を実行し、並べて比較表示

最安値のカタログCの商品をお客様が再選択

新機能：価格比較や在庫状況を踏まえて「推奨」

お客様のご選択 1

カタログ A



商品コード：
ABC123DZ

1,230円

在庫あり

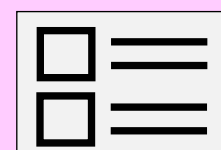


Recommended

“最適購入条件はカタログC
からの購入で250円お得です”

最適購入条件

カタログ C



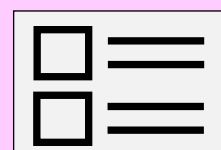
商品コード：
YMX-2356-12

980円

在庫あり

お客様のご選択 2

カタログ C



商品コード：
YMX-2356-12

980円

在庫あり



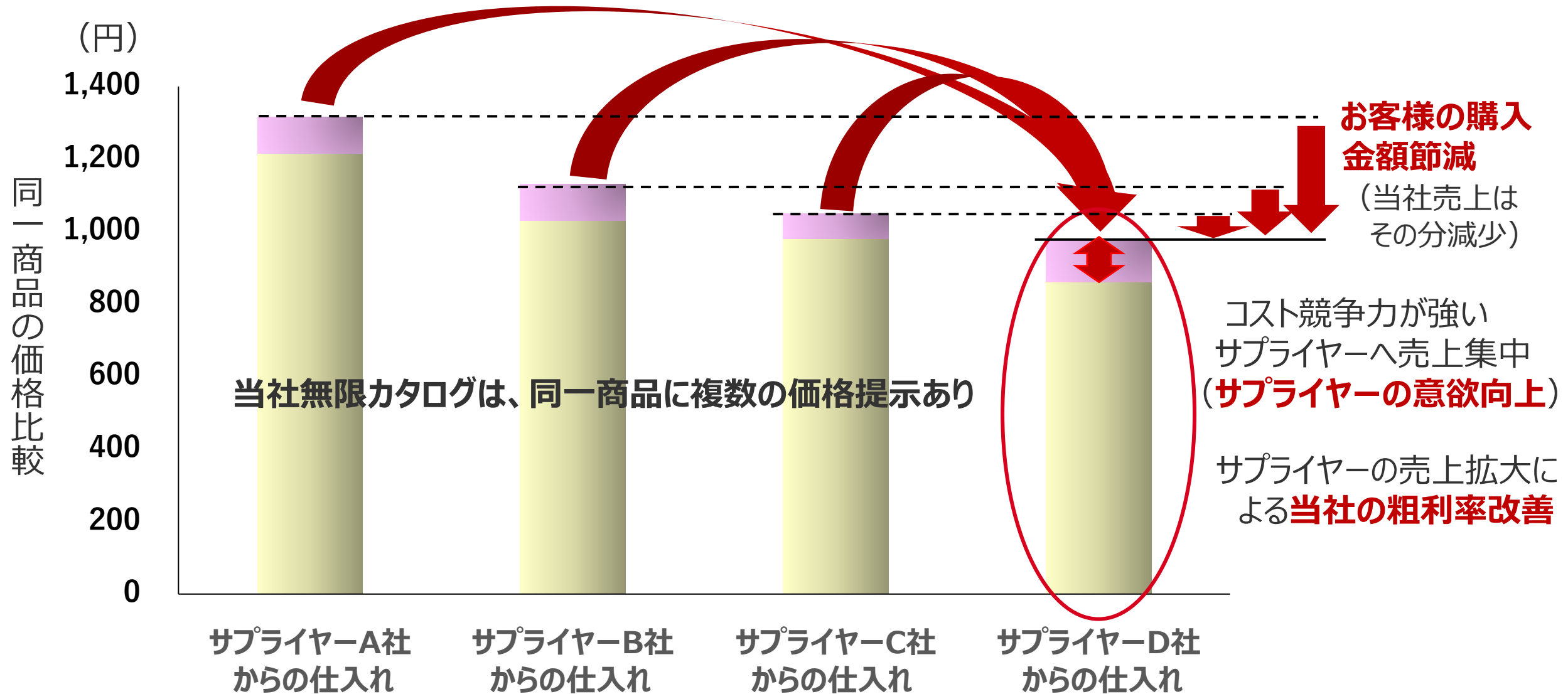
Recommended

“お客様のご選択は、
当社販売商品の中で
最適です”

※推奨文言等はイメージです

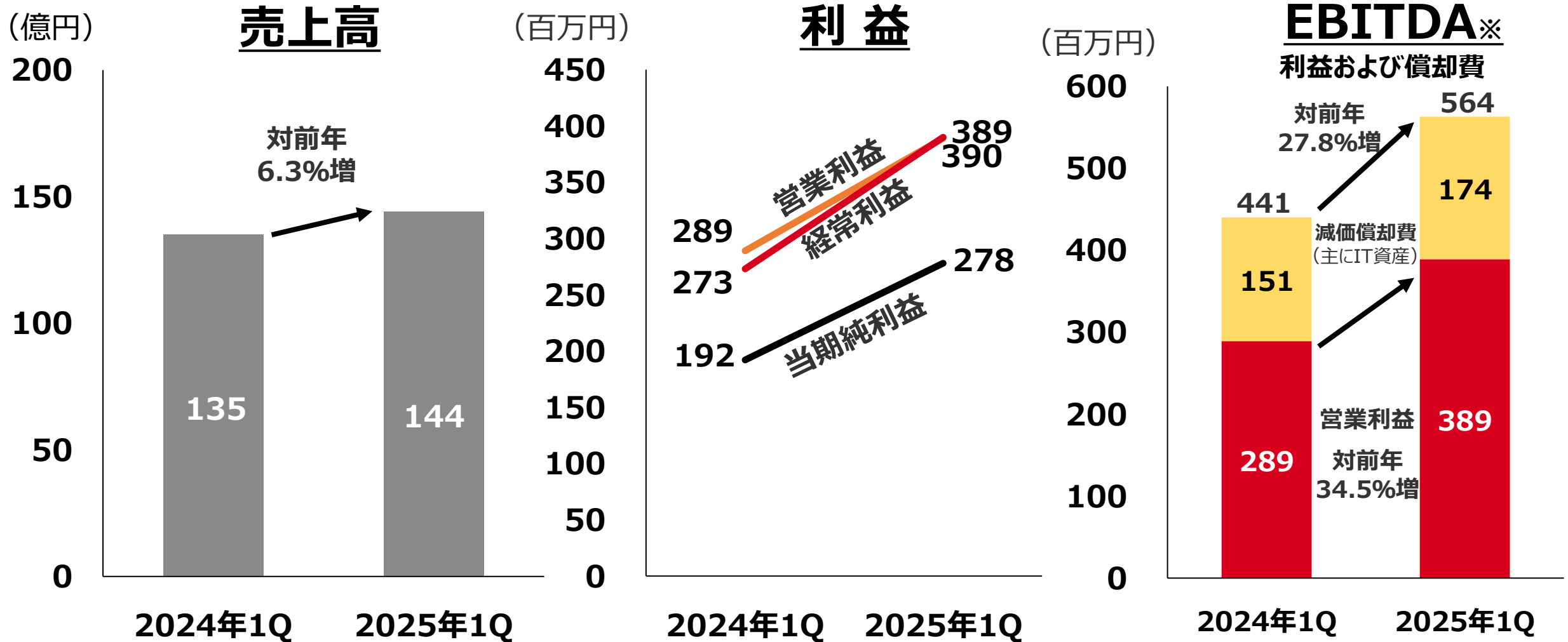
無限カタログの推奨機能強化による「三方良し」効果

最適購入条件推奨（価格比較強化）による売れ筋商品の変化（2025年1Qより顕在化）

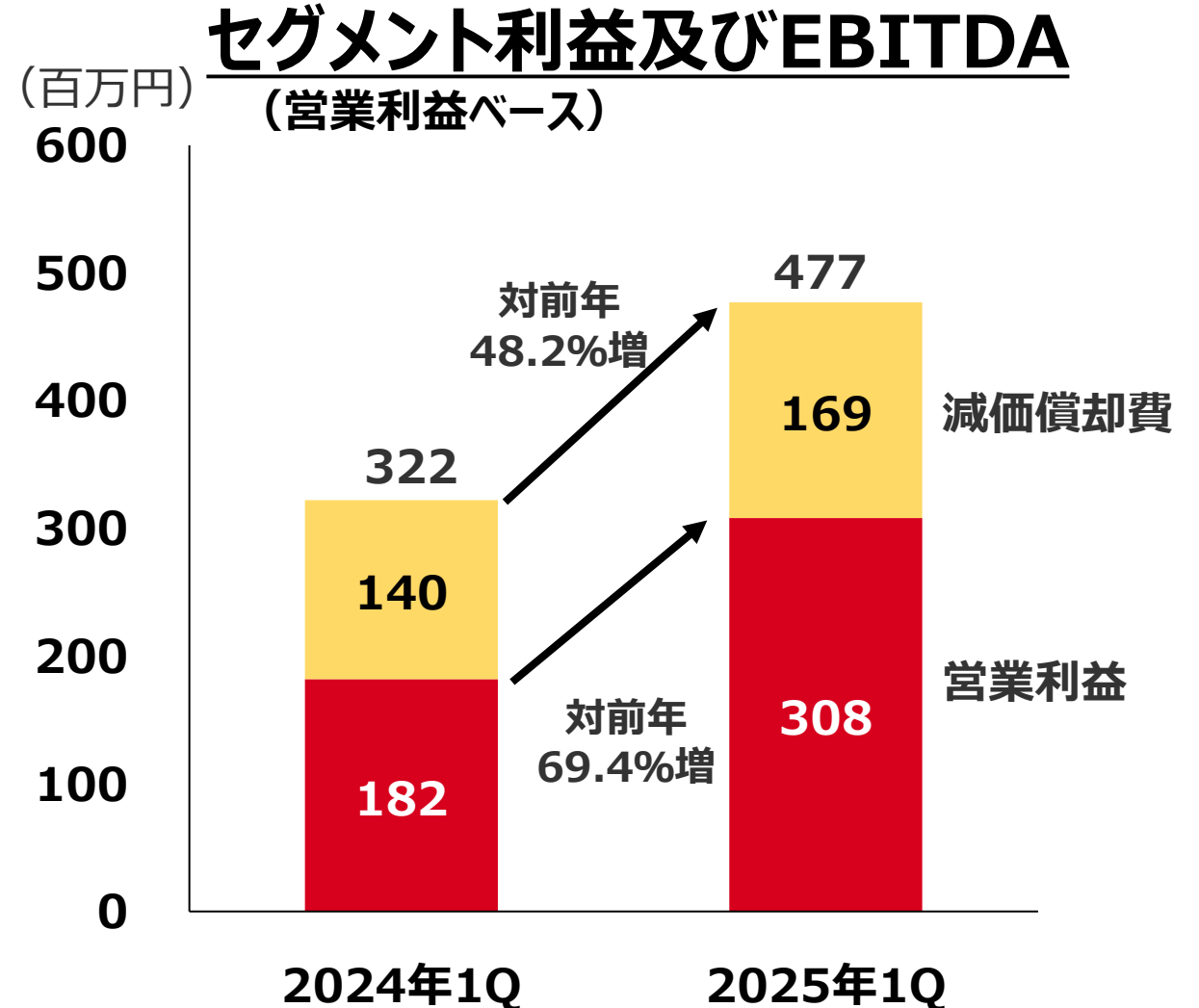
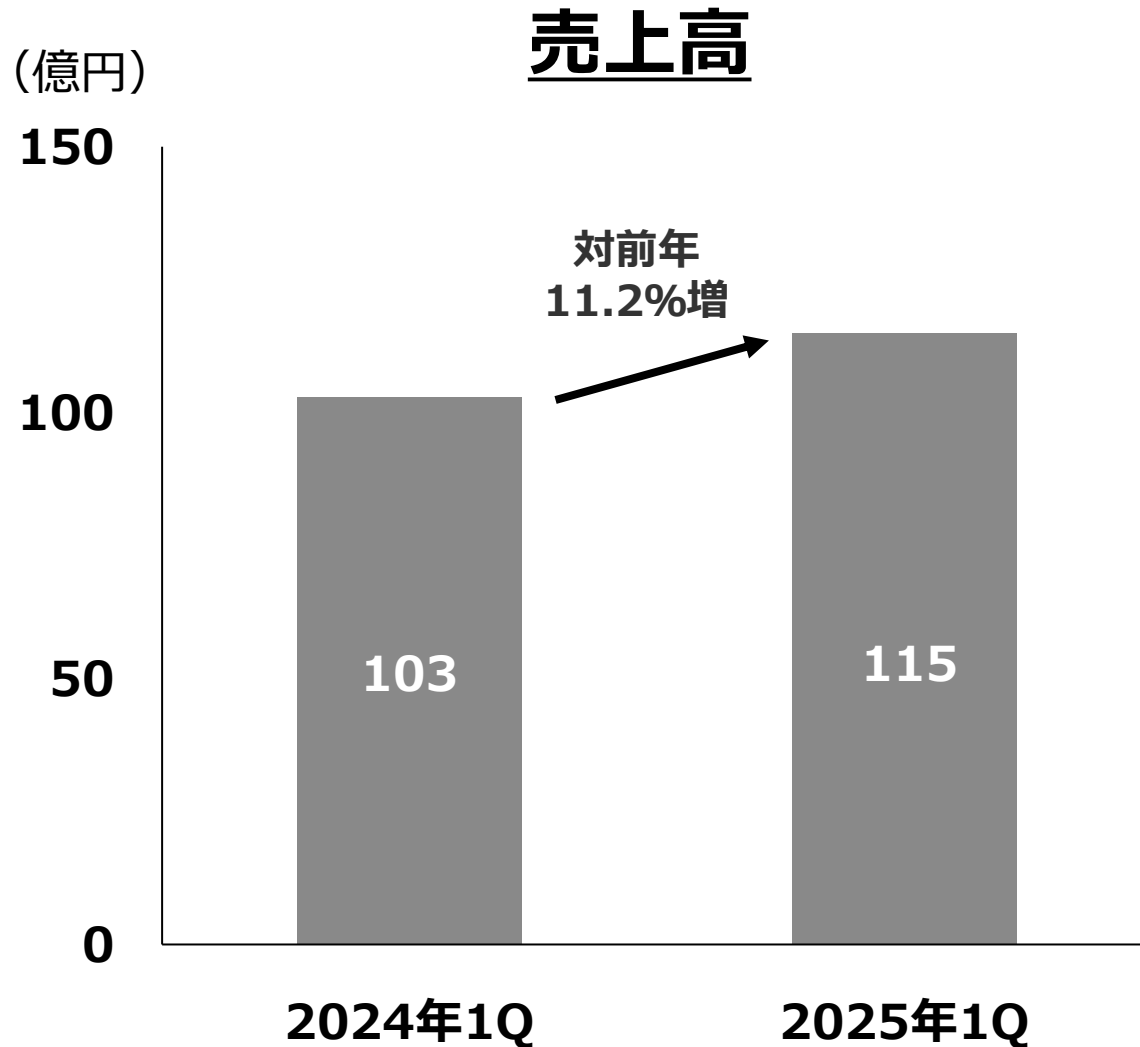


■ 5. 2025年12月期 第1四半期の実績 と 通期の見通し

2025年12月期 第1四半期の売上高および利益

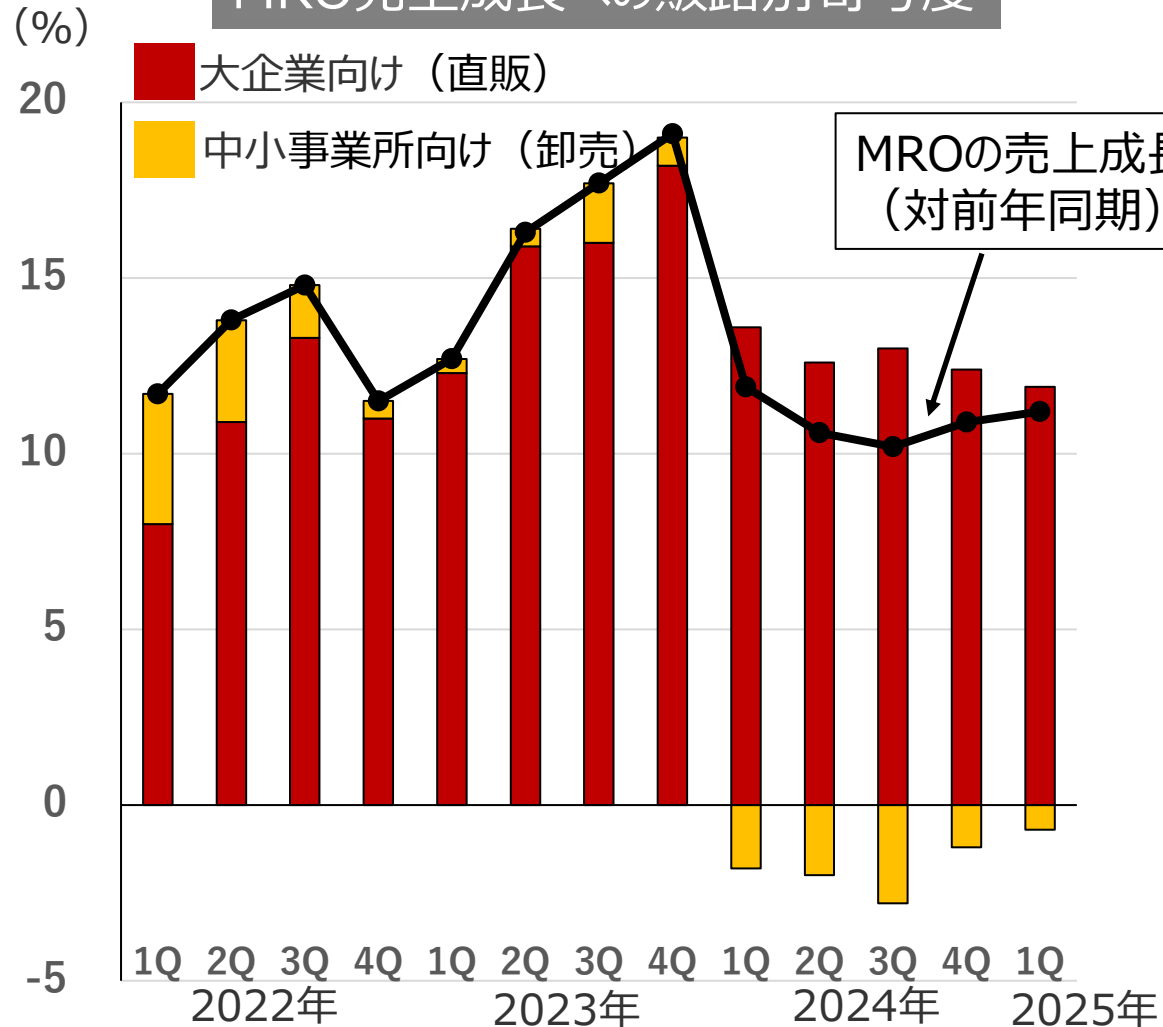


MRO事業の売上高、利益、およびEBITDA



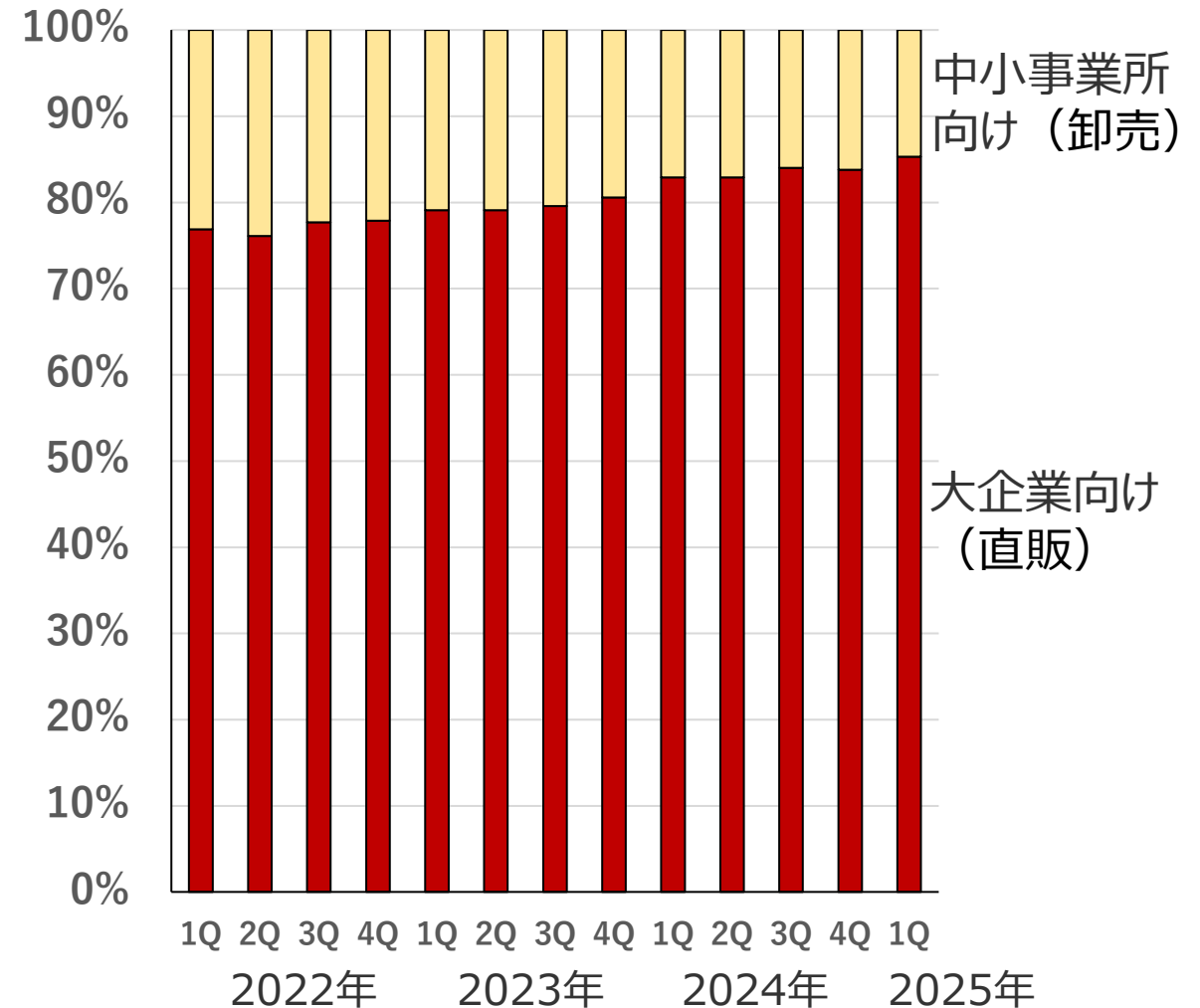
MRO事業の販路別成長寄与度と売上構成比

MRO売上成長への販路別寄与度



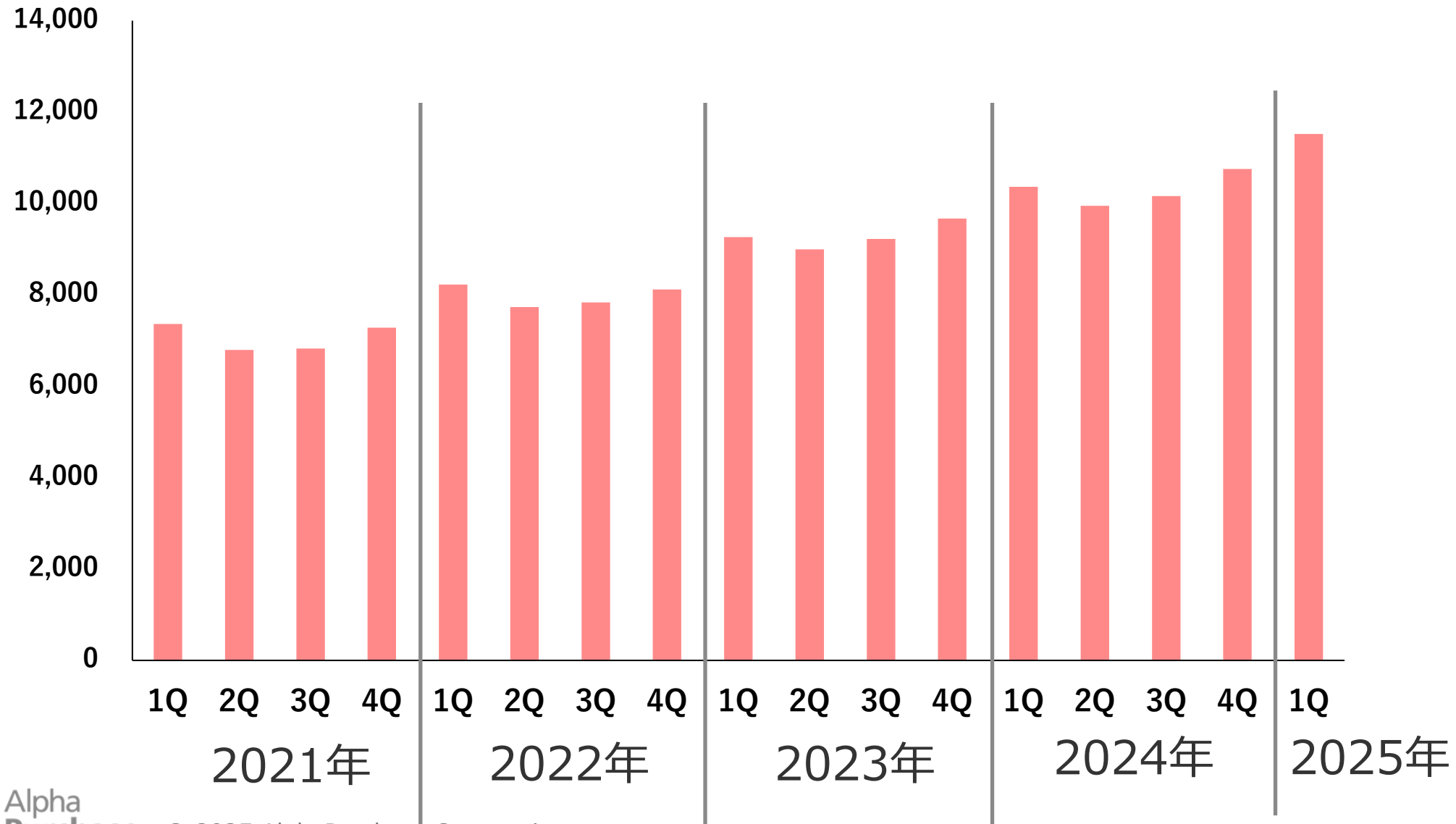
※販路別寄与度 = 販路別売上の前年比増減額 ÷ MRO売上全体の前年比増加額

MROの販路別売上構成比

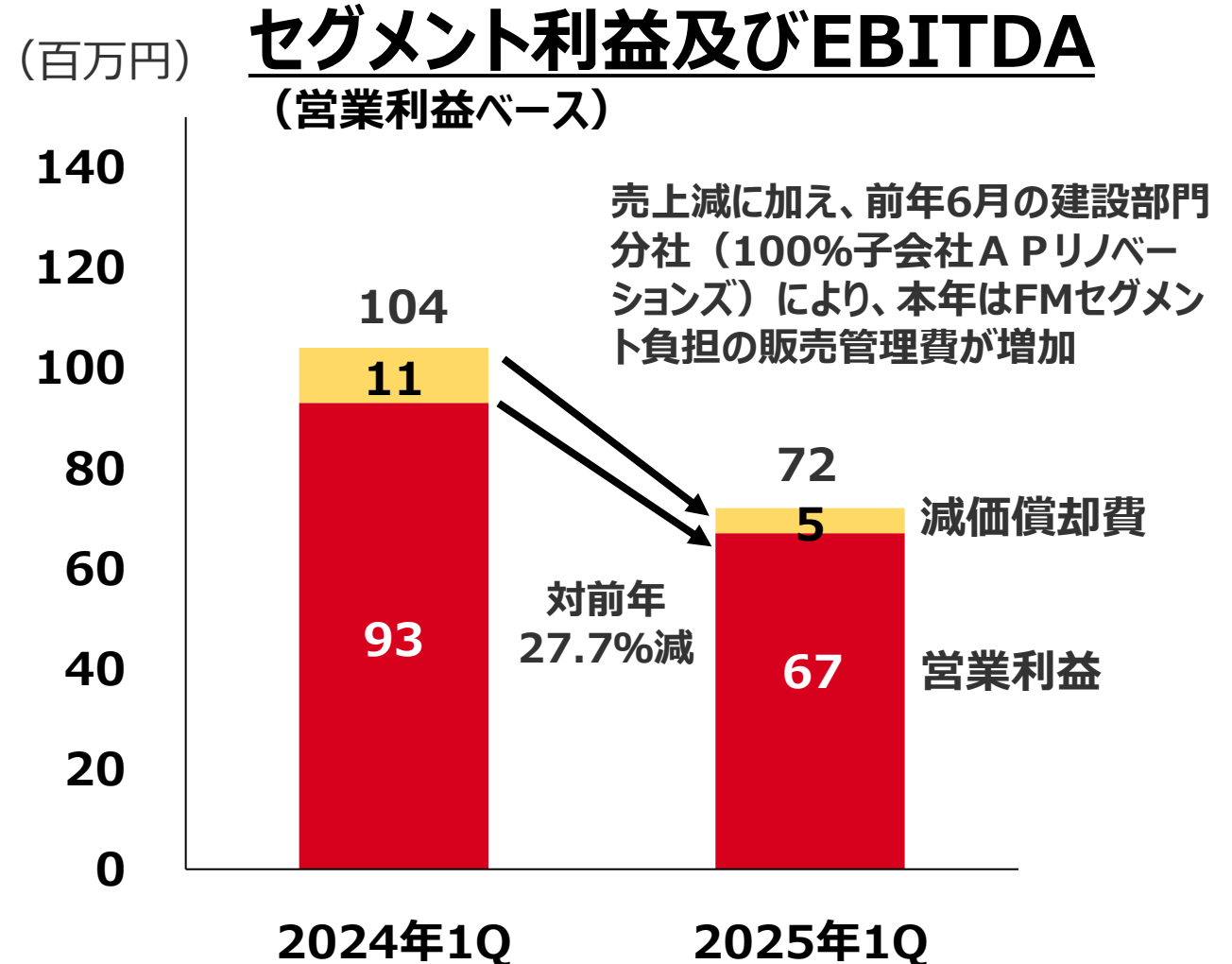
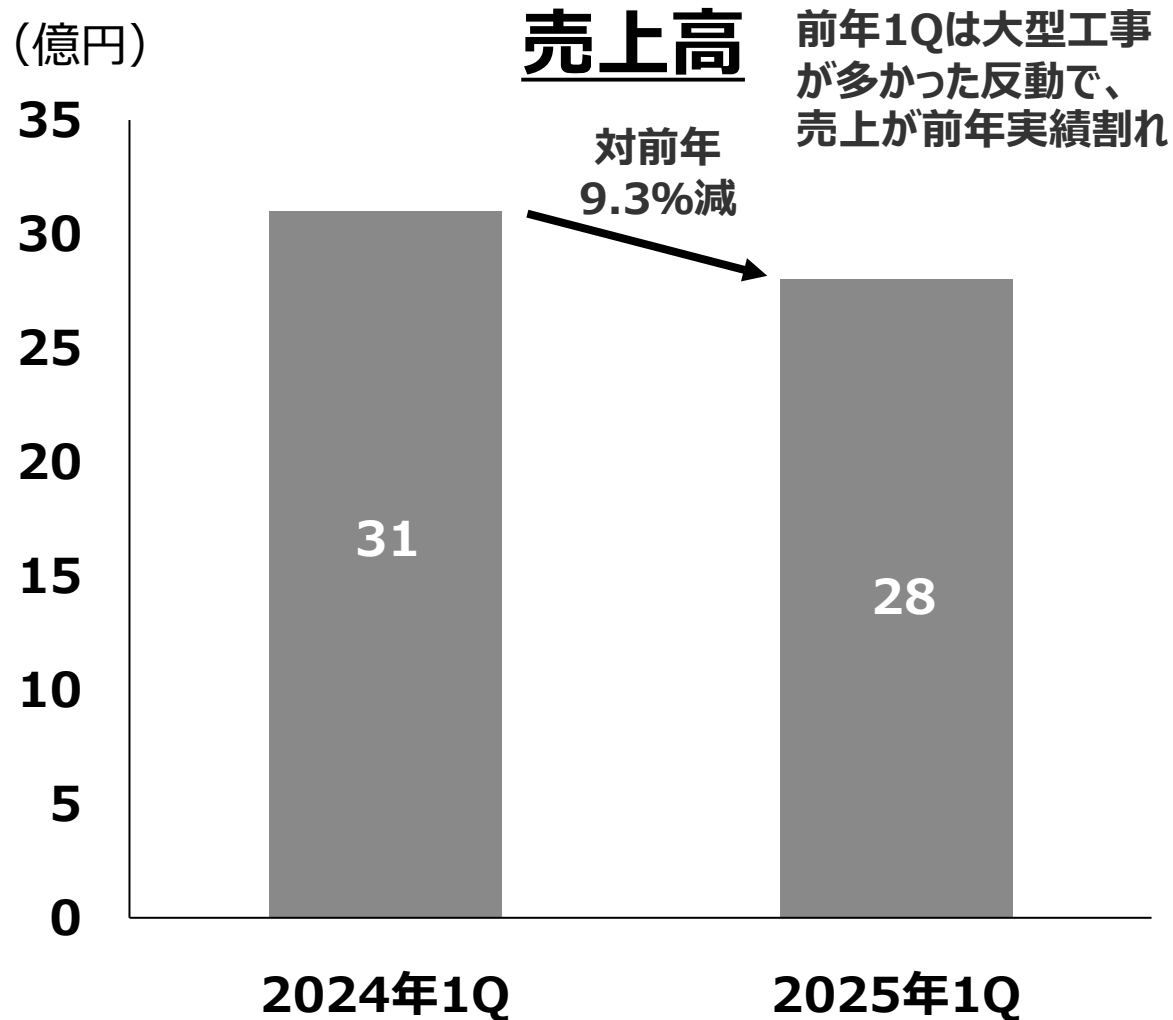


MRO事業の売上の季節性

(百万円/四半期) 売上は第1四半期（3月決算会社）と第4半期（12月決算会社）が強い



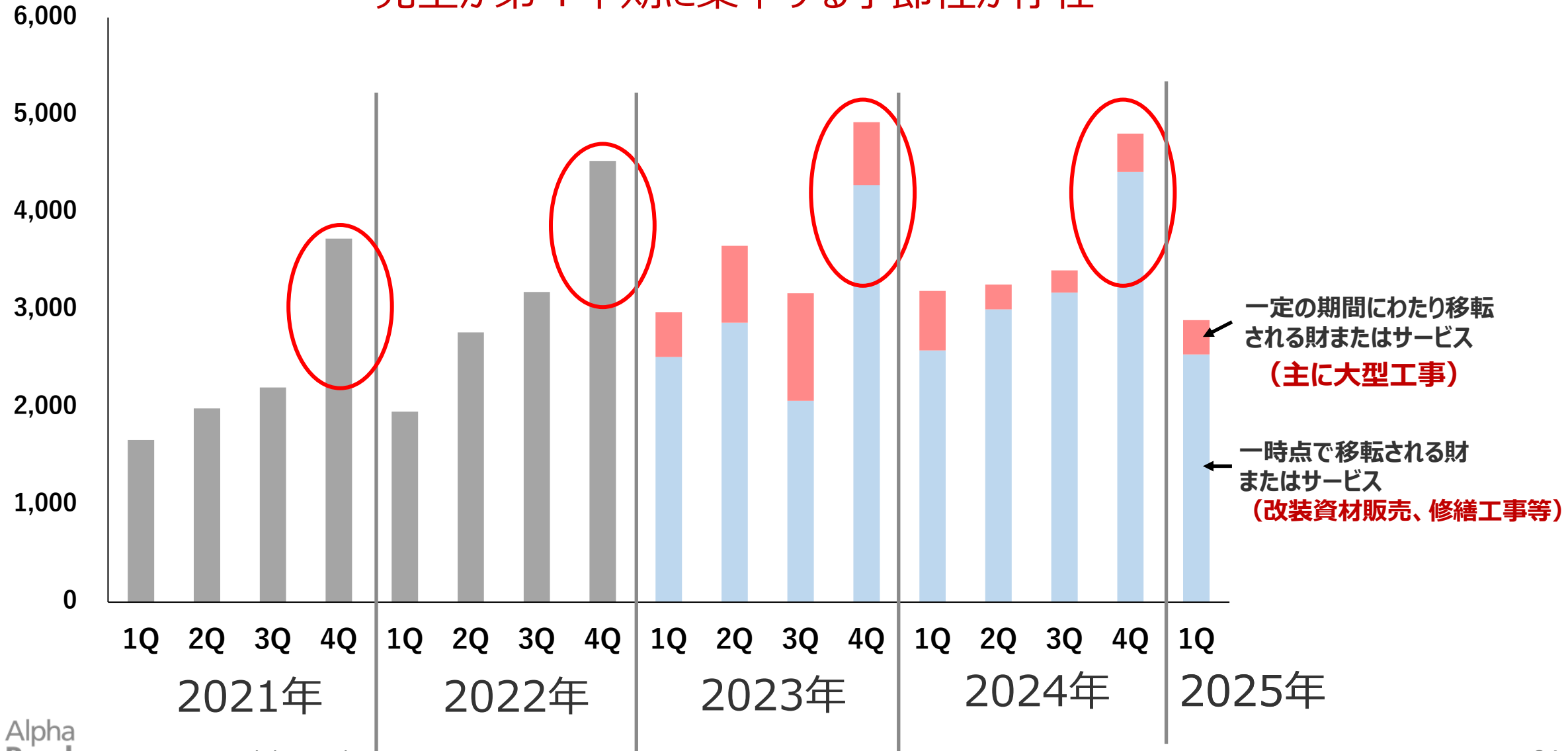
FM事業の売上高および利益



F M事業の売上の季節性と収益認識基準による売上の内訳

(百万円)

売上が第4半期に集中する季節性が存在

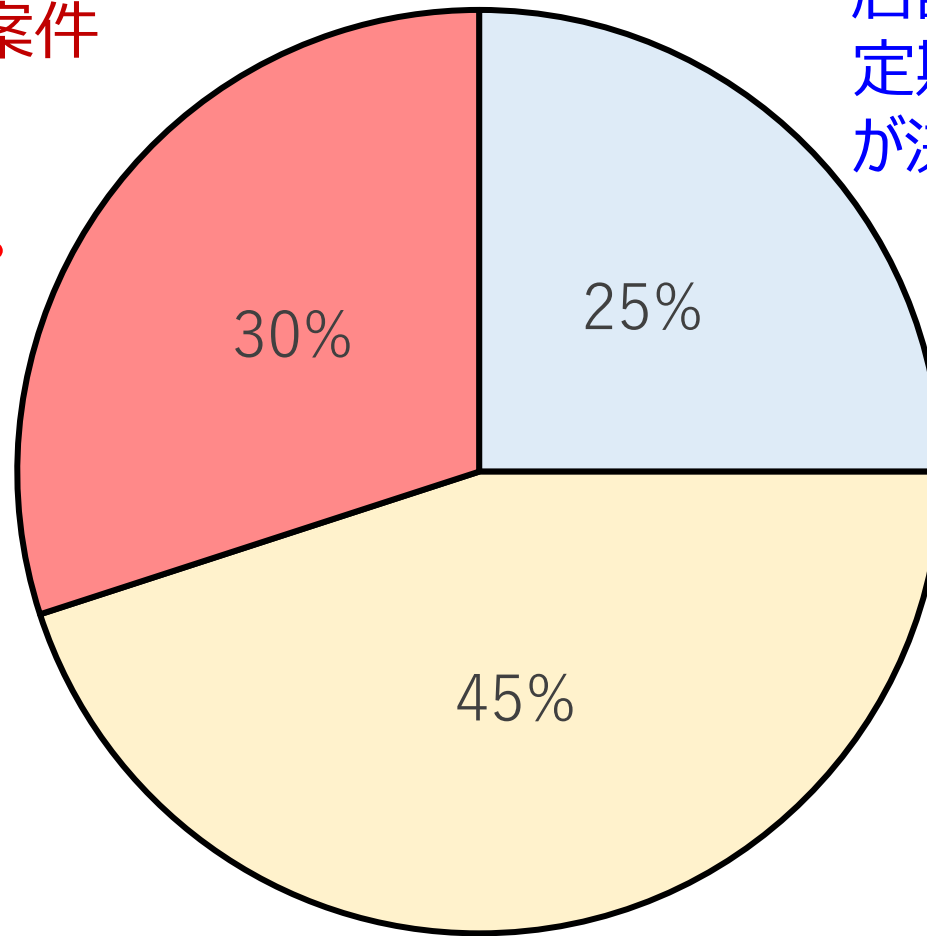


当社FM事業の 顧客ニーズ別 売上構成のイメージ

販促・拡販のための改装案件

個別顧客の政策により、
大きく変動する売上領域。

累計改装件数は同じでも
発生年度は大きく振れる



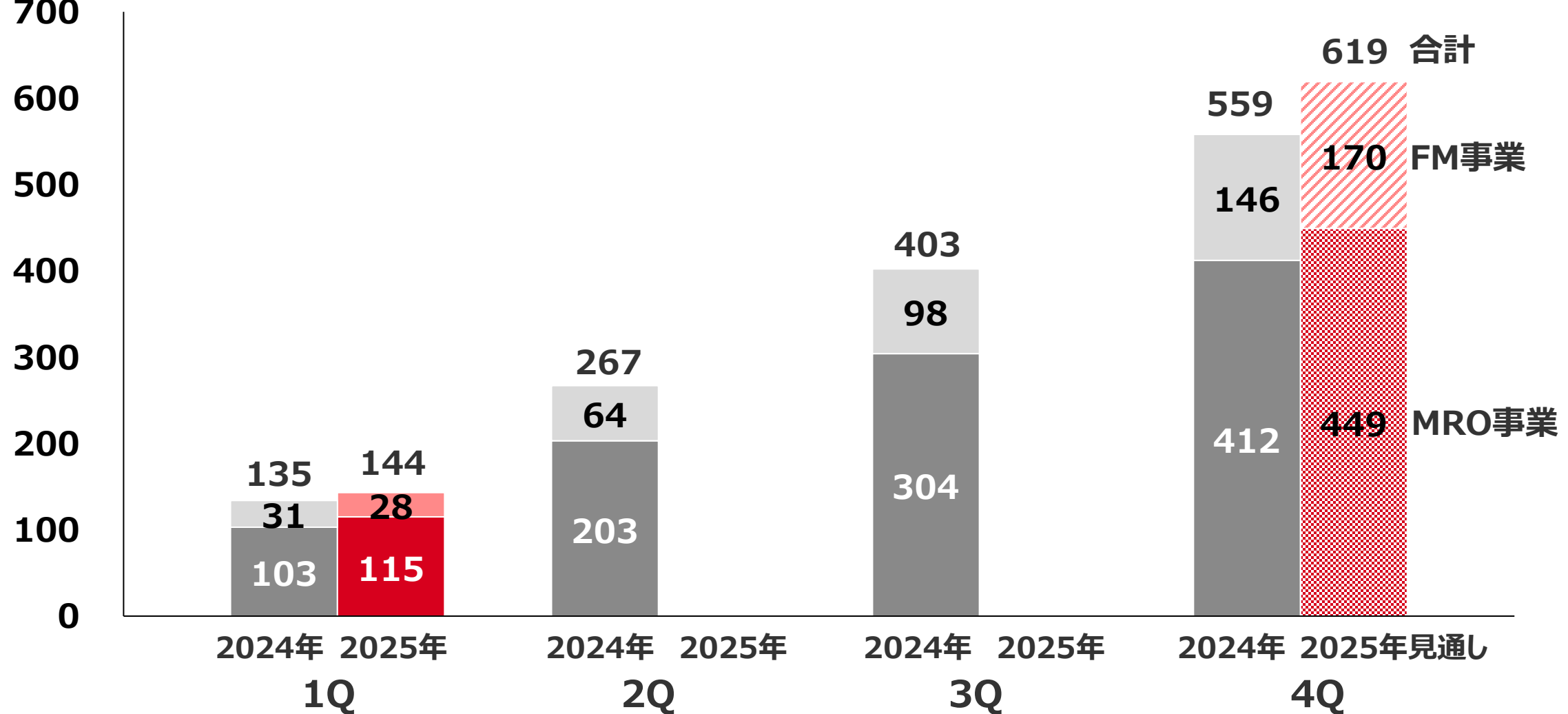
店舗の点検、清掃、小規模修繕
定期改装など、契約店舗数で売
上が決まる安定売上領域

新店、立替、移転等、立地や不動産案件の制約
により、短期的には比較的売上が安定している領域

※過去数年間の実績を反映
して作成したグラフですが、
個別の数字はイメージです。

四半期別セグメント別累計売上高と通期の見通し

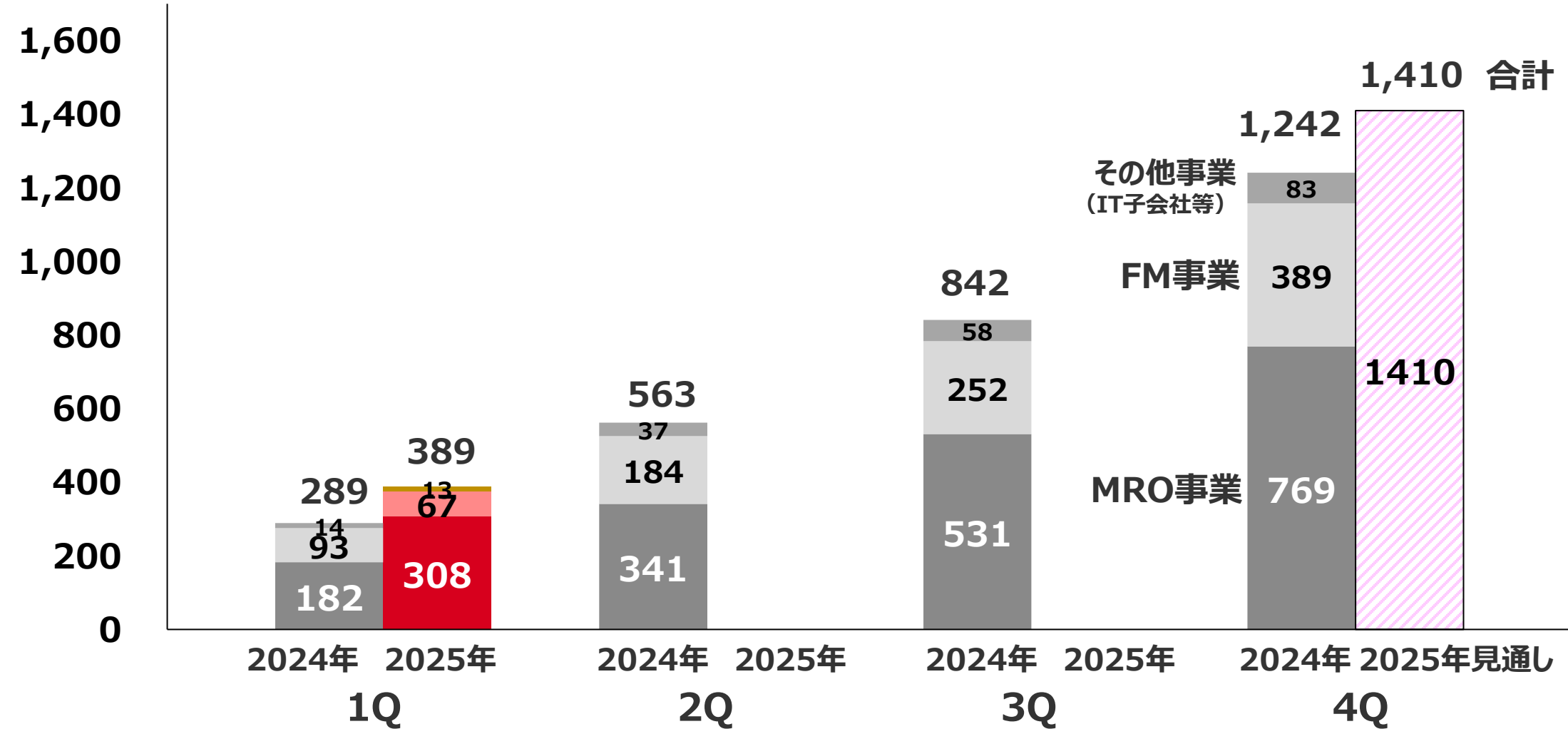
(億円) **通期の売上見通しは、2月14日に開示した数値通り**



■ 四半期別セグメント別累計営業利益と通期の見通し

(百万円)

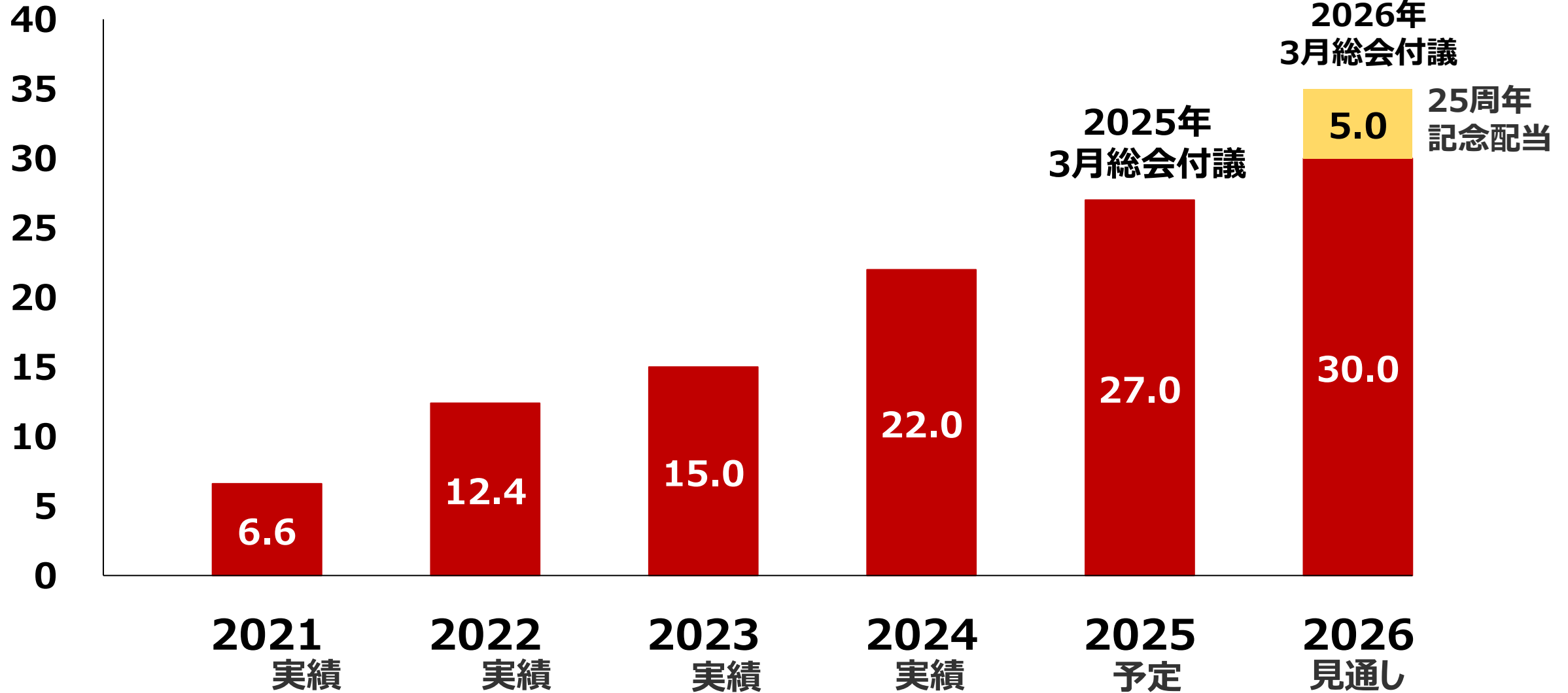
通期の売上見通しは、2月14日に開示した数値通り



年間配当の見通し（支払年ベース）

（円／株）

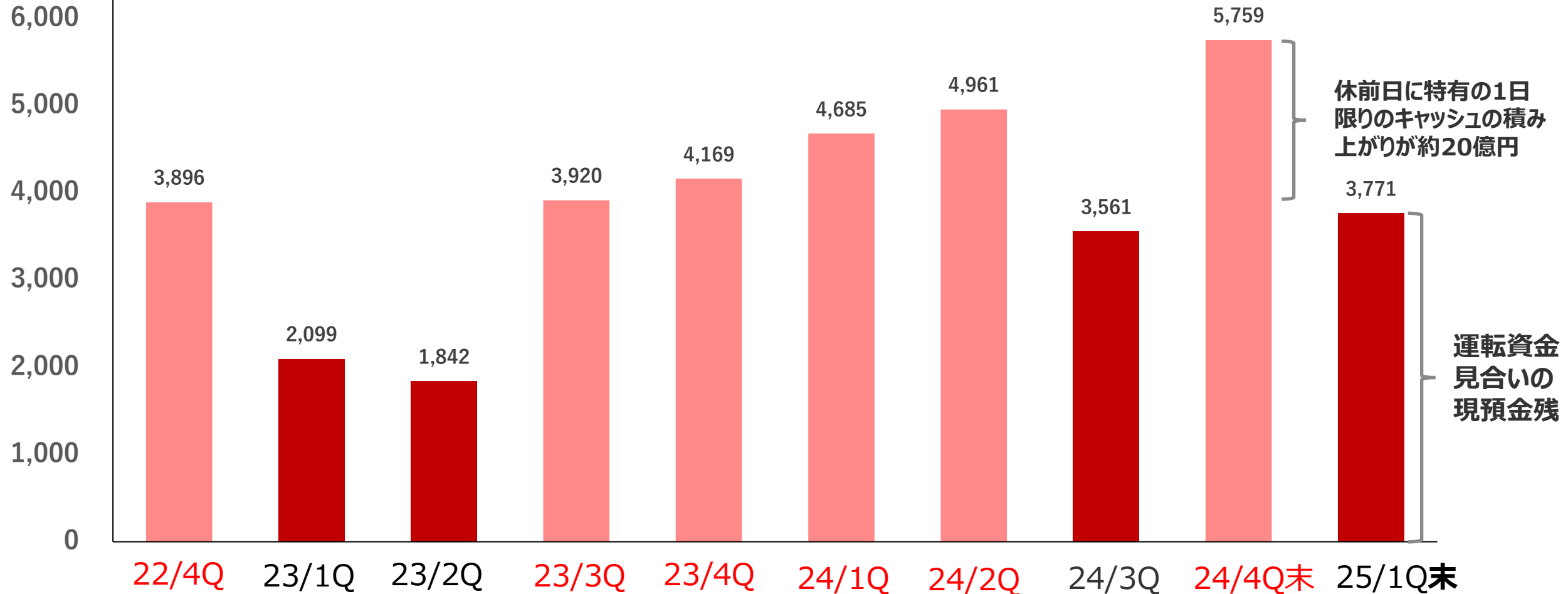
2025年のEPS（1株当たり当期純利益）は、約百円の見込



各四半期末の現預金残高の比較

(百万円)

月の末日が休日であると、契約上の支払期日は翌月の最初の営業日だが、大企業からの入金が多くは月末（休前日）に入り、月末現預金残高が約20億円膨らむ。月末に必要な運転資金は、消費税込売上の3週間分



赤字は末日が休日となる四半期

6. 中期計数目標

■ ありたい姿へのステップアッププランとして中期目標を位置づけ

お客様の業務に必要な商品やサービスを提供することを通じ、

社会全体の全体最適に貢献
顧客価値創造を提案
購買DX/購買レスを推進

三方良しの集中購買を推進
購買BPOを展開

カタログやサプライヤ網を整備
購買プロセスの可視化

* BPO (Business Process Outsourcing)
お客様にとって付加価値の低い業務を当社が代行

* 購買DX/購買レス
お客様が個別の購買行動を意識せずとも
業務に最適な物やサービスが、業務の進捗
に応じて、タイムリーに手に入る姿が理想

★ プライム上場（市場変更）

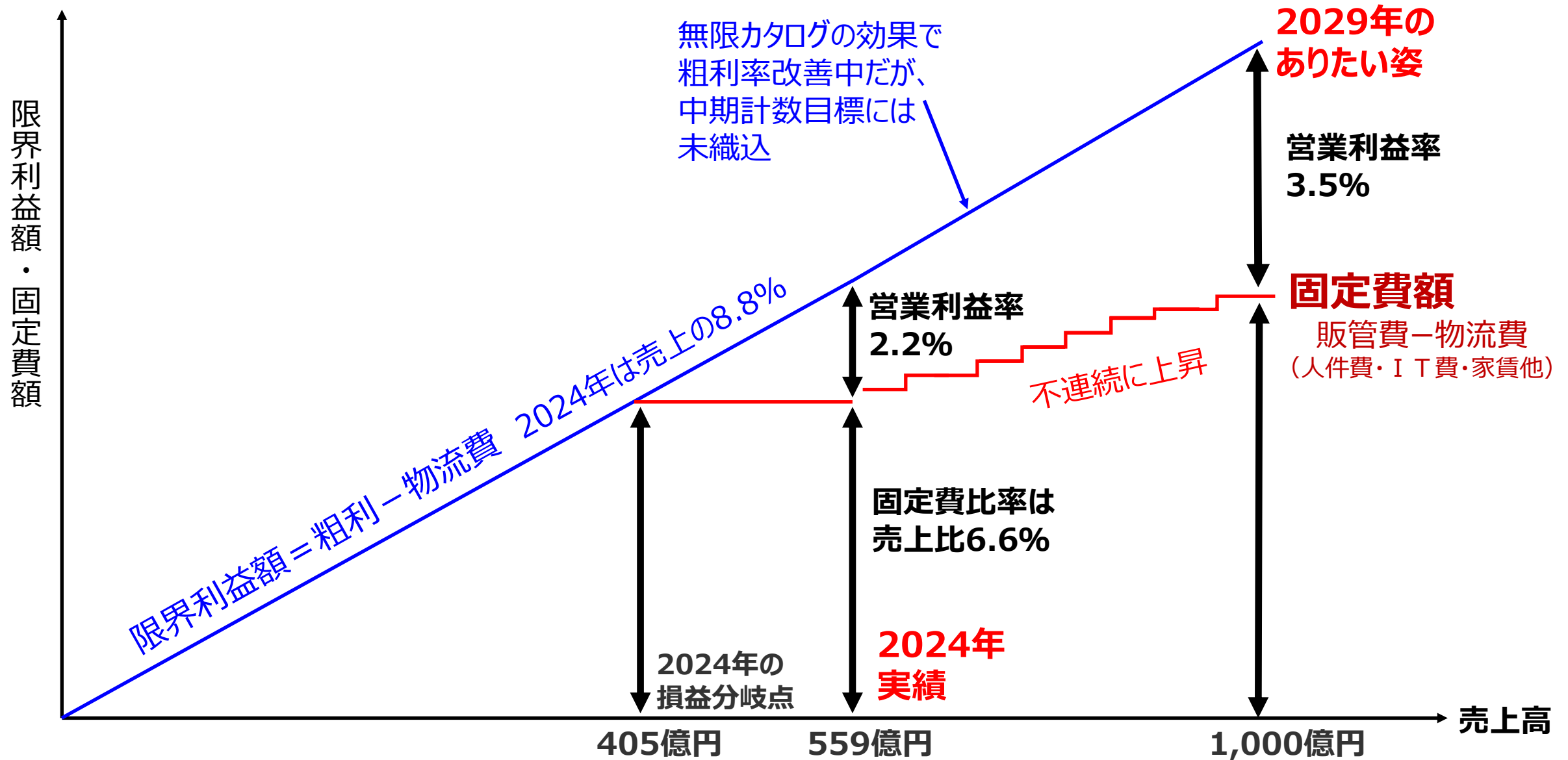
	2024年度実績
売上高	559億円
営業利益率	2.2%
ROE※	15.1%

年平均成長率
12.3%

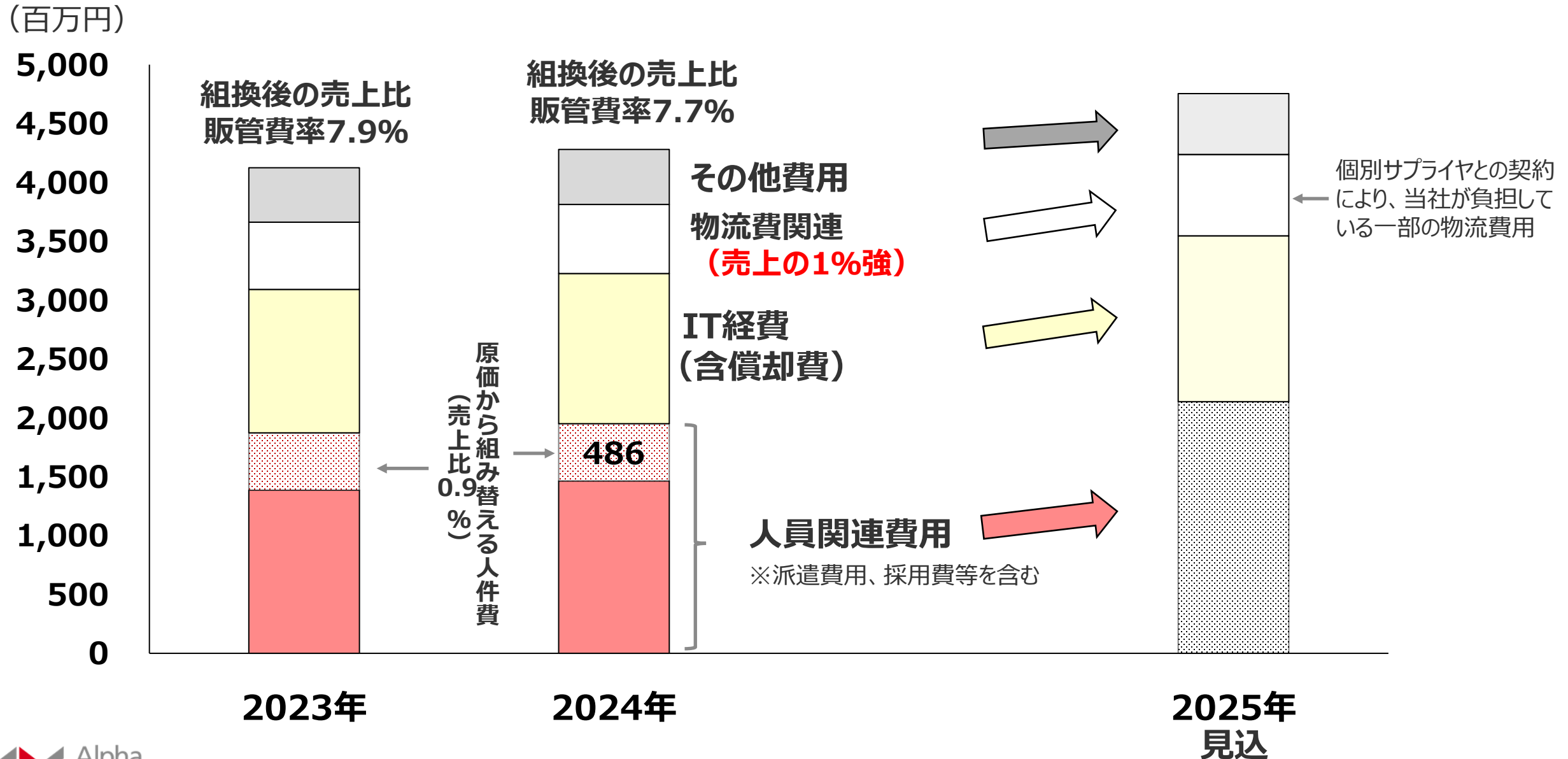
2029年度目標
1,000億円
3.5%
20%以上

※ROE (Return on Equity 自己資本利益率)

当社の簡易費用構造モデルによる中期の計数イメージ



販売管理費の構成（2025年より、原価と費用を一部組換）



高ROE継続による株主価値増大へのコミット

日本国内において株主資本コストは8%前後と言われることが多いですが、当社グループでは**バランスシートの効率性にこだわり、総資産回転率（売上高÷総資産）を高める経営を行っている**ことから、現状のROEは15%を超えています。

今後については、**今般、公表した新たな中期計数目標にもとづく利益成長の実現により、ROE20%以上を目指します。**

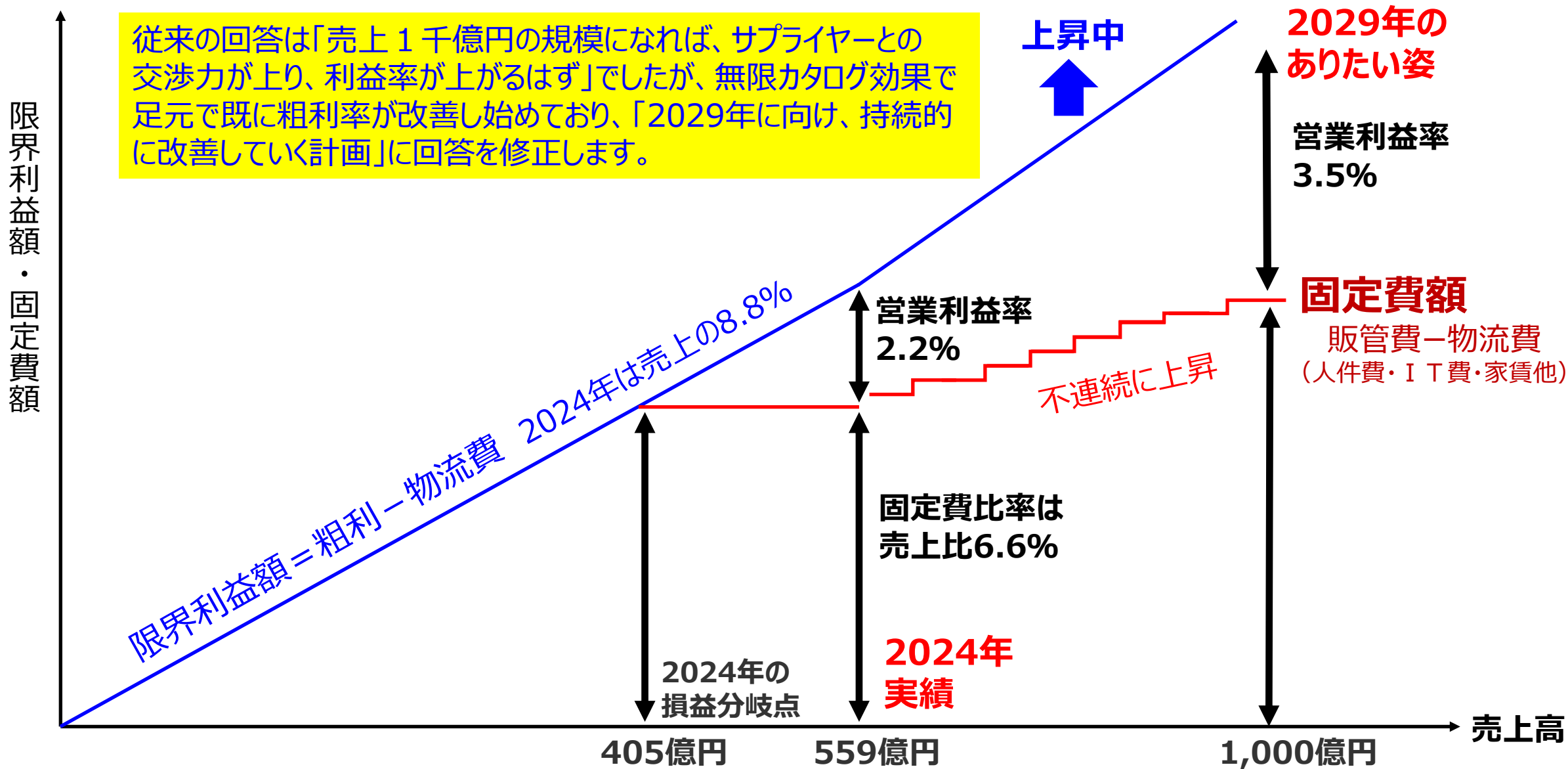
	2022年 実績	2023年 実績	2024年 実績	2025年 見通し	
売上高営業利益率	2.3%	2.3%	2.2%	2.3%	営業利益÷売上高
総資産回転率	3.1回	3.2回	3.2回	3.2回	売上÷期中平均総資産
自己資本比率（期末）	30.1%	31.4%	33.0%	34%以上	前期末と当期末の平均値
自己資本当期純利益率	18.4%	17.1%	15.1%	15%以上	当期純利益÷期中平均株主資本
売上成長率	17.0%	17.1%	7.7%	10.6%	

ROE : Return On Equity

7. 従来のFAQの修正、および新Q A

Q 1 : 営業利益率は、いつ頃、どこまで上がりますか？

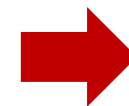
従来の回答は「売上 1 千億円の規模になれば、サプライヤーとの交渉力が上り、利益率が上がるはず」でしたが、無限カタログ効果で足元で既に粗利率が改善し始めており、「2029年に向け、持続的に改善していく計画」に回答を修正します。



損益表の表示組換：売上原価から販管費への費用組換

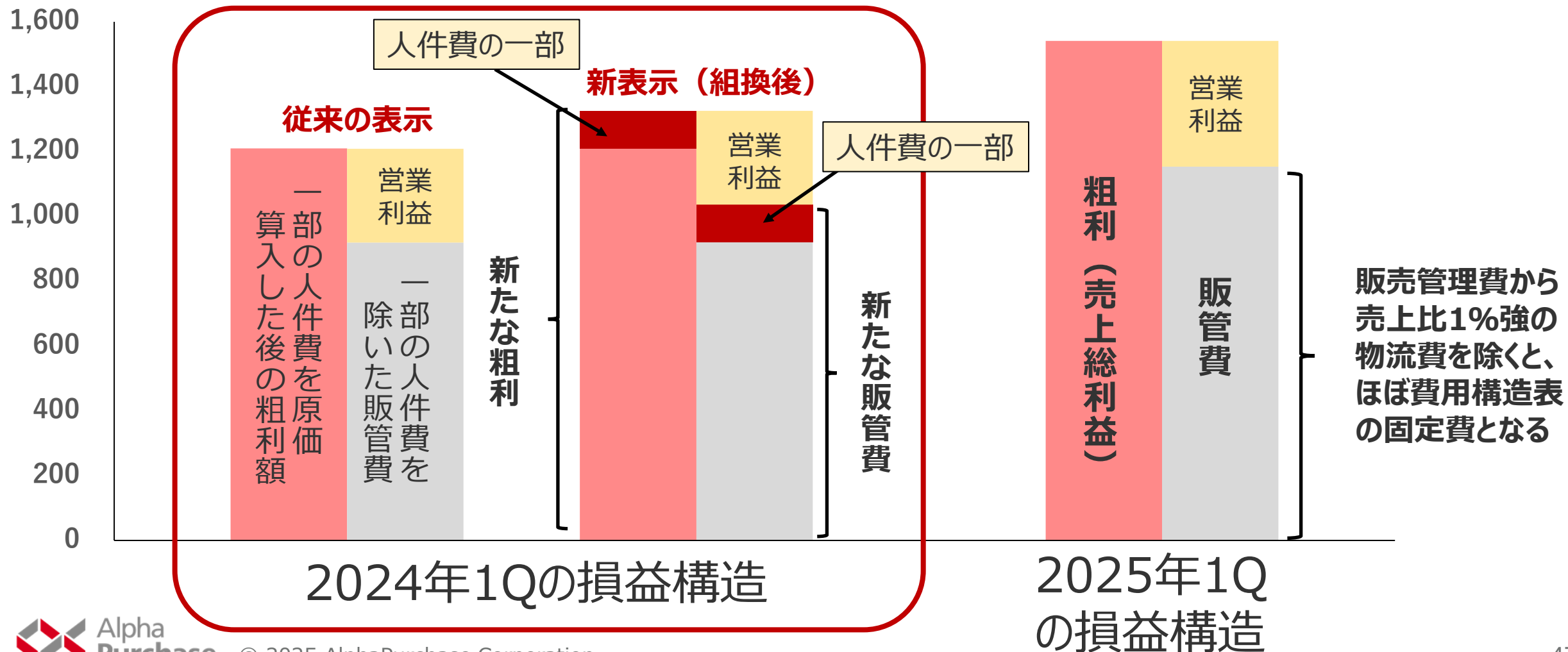
粗利率： 8.9% +0.9%
販管費率： 6.8% +0.9%
営業利益率： 2.1%

粗利率： 9.8%
販管費率： 7.7%
営業利益率： 2.1%



粗利率： 10.7%
販管費率： 8.0%
営業利益率： 2.7%

粗利率と販管費率の
双方が、組換後の
前年同期実績より上昇



Q 2 : 無限カタログに特化した販促施策は、いつから展開ですか？



特長・機能紹介 導入事例 コラム お知らせ **導入診断** お問い合わせ・資料請求

無限カタログは、**継続率100%!**^{*}

大企業特化の
統合カタログプラットフォーム

- ✓ お使いの購買管理システムと連携
- ✓ 独自機能で最安値品を自動推奨
- ✓ 間接材購買のコストを大幅削減

※過去4年間、購買実績100万円／月以上のお客様が対象

▶ **まずは導入診断**



大手見込顧客の購買ご担当に
DMを打ち、無限カタログ専用
のホームページに誘導



<https://mugencatalog.com/>

**無限カタログ専用
のホームページを
7/1に公開**

※「無限カタログ」は当社の登録商標です

製造業、電力事業、不動産業、建設業など、大手法人を中心に2,500社以上がご利用中

旭化成	味の素	ENEOS	荏原製作所	関西電力	キオクシア	クボタ	五洋建設	ソニー	大日本印刷
ダイハツ工業	帝人	TDK	デンソー	東京エレクトロン	東芝	東レ	トヨタ自動車	トヨタ自動車東日本	
豊田自動織機	トヨタ車体	三井不動産	三菱ケミカル	三菱地所	山田製作所	理化学研究所	リコー	etc...	

導入事例、お客様の実際の導入効果等の情報をHP上で順次公開予定

<https://mugencatalog.com/>



事務機器・光学機器製造会社様

2025.07.1



電気・ガス供給会社様

2025.07.1



総合印刷会社様

2025.07.1



導入診断



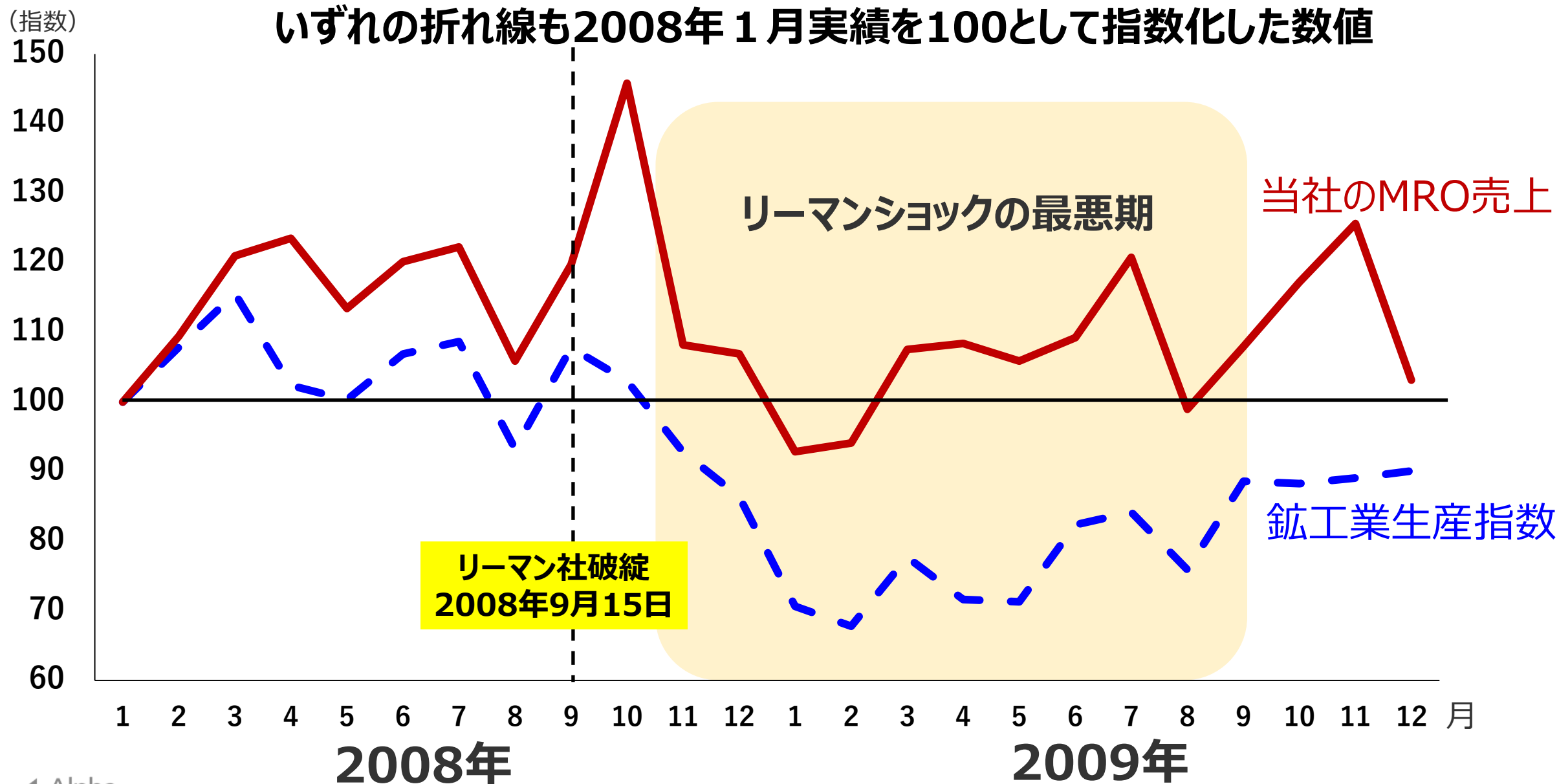
お問い合わせ
資料請求

無限カタログは当社の登録商標です

No.	出願番号/ 登録番号/  国際登録番号	商標見本	商標 (検索用)	称呼 基準 ▲	称呼 (参考情報)	区分	出願人/ 権利者/ 名義人	出願日/ 国際登録日 ▲ (事後指定日)	登録日 ▲
1	登録6916004 (商願2024-102818)	無限カタログ	無限カタログ	-	ムゲンカタログ, ムゲン	35	株式会社アル ファパーチェ ス	2024/09/25	2025/04/04

No.	出願番号/ 登録番号/  国際登録番号	商標見本	商標 (検索用)	称呼 基準 ▲	称呼 (参考情報)	区分	出願人/ 権利者/ 名義人	出願日/ 国際登録日 ▲ (事後指定日)	登録日 ▲
1	登録6916003 (商願2024-102817)	 無限カタログ	無限カタログ	-	ムゲンカタログ, ムゲン	35	株式会社アル ファパーチェ ス	2024/09/25	2025/04/04

■ Q 3 : MRO事業の不況（外生ショック） 耐性のデータがありますか？



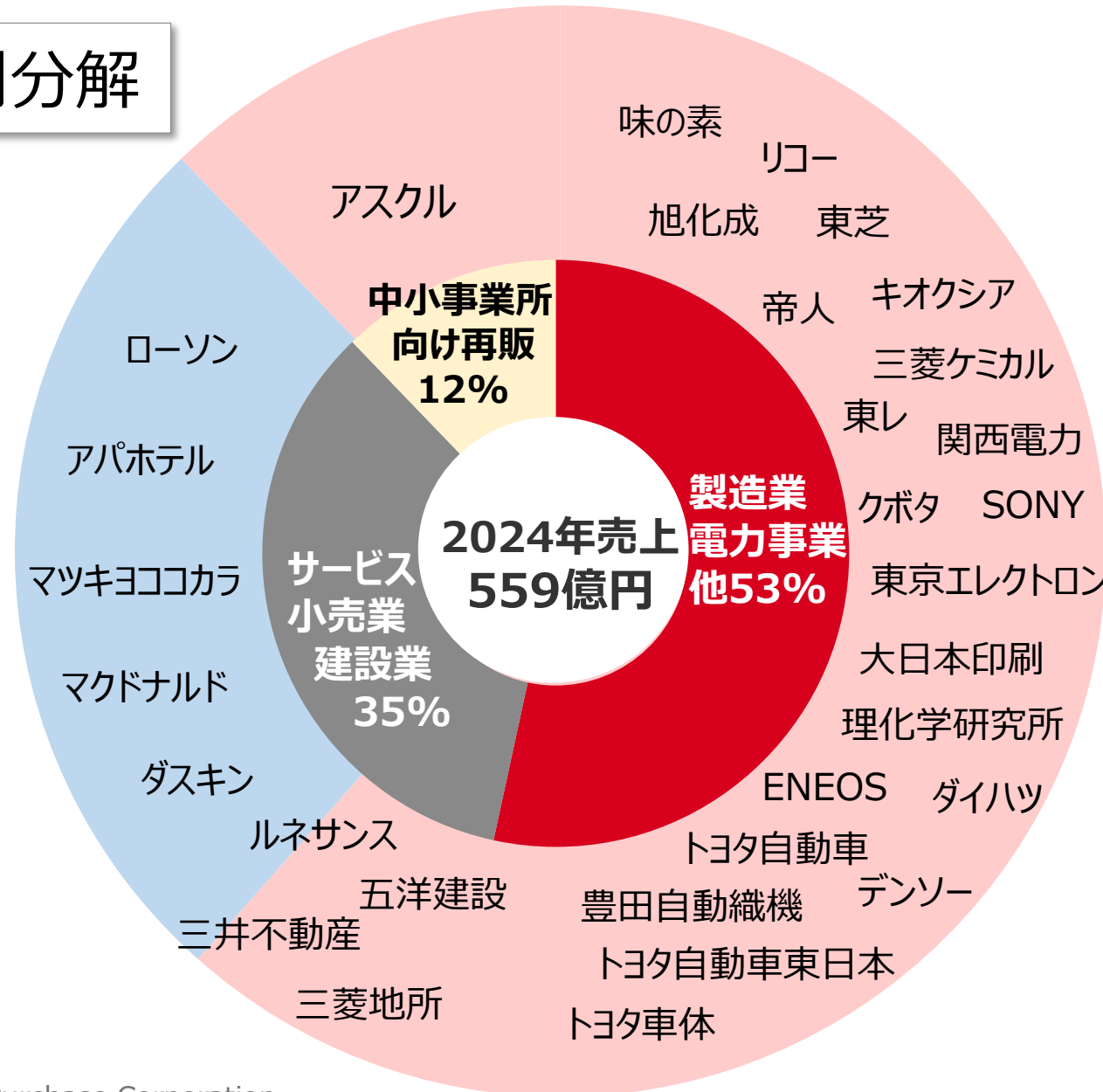
Q 4 : MRO事業とFM事業の間にシナジーはありますか？

売上の販売先別分解

FM事業

サービス・小売業のお客様は、MRO物品より、サービスや店舗設備・資材へのニーズが大きい

製造業以外の大手顧客との取引拡大には、**ロングテール**
MRO物品以外の、本来の Maintenance Repair, & Operations 商材が必要

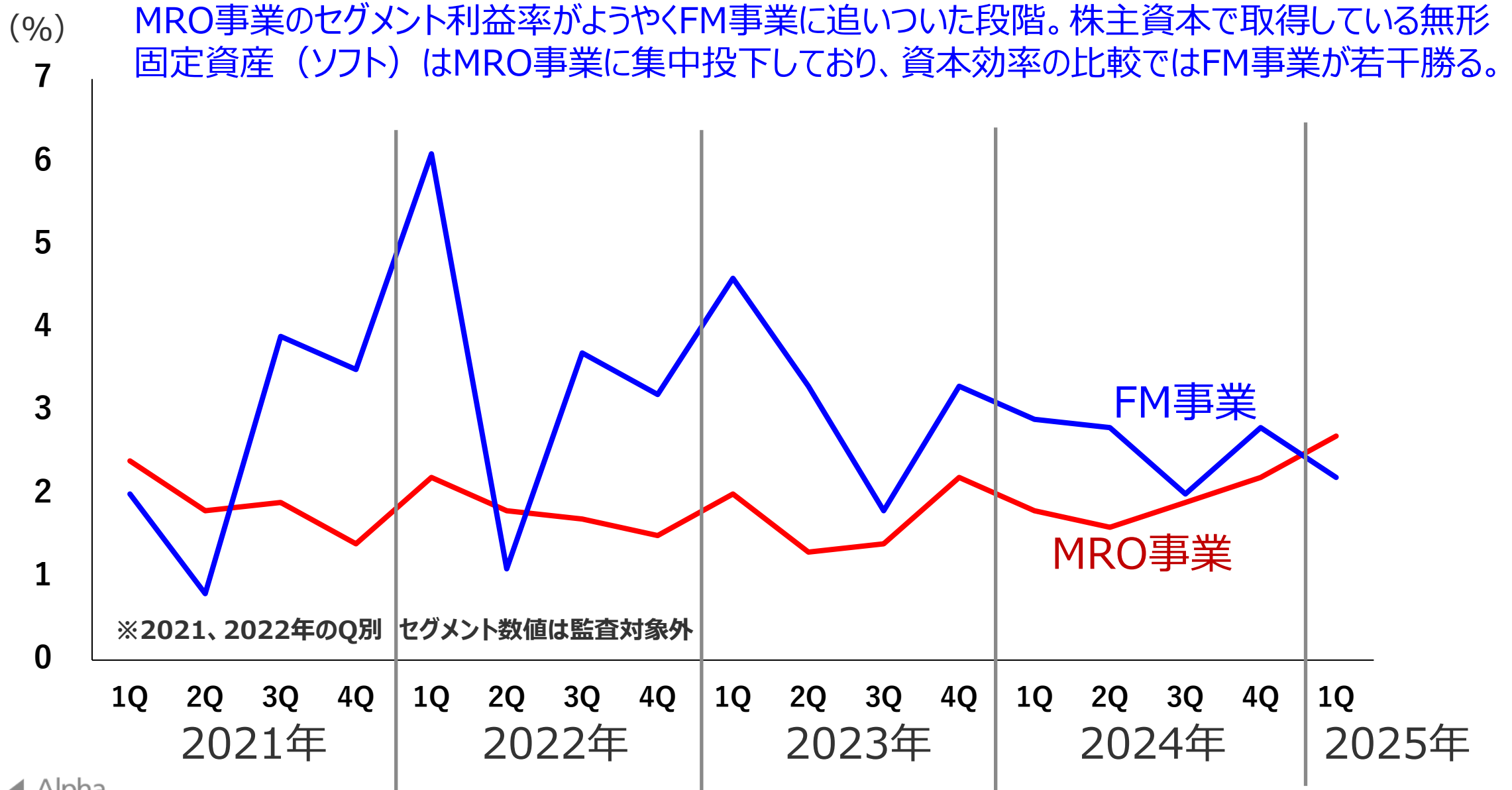


MRO事業

MRO物品の単体売りが中心でFM事業とのクロスセルは僅少

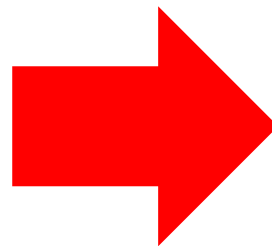
将来、高額品まで扱えるようになれば設置工事や保守サービスが必要となる

MRO、FM事業のセグメント利益率（対売上）比較



Q 5 : 事業上重要な経営資源で不足している要素は何ですか？

当社は、まだまだ未完成な会社で、事業が大きくなるにつれ、不足する経営要素が変化します。毎年、一つずつ不足要素を補い、より完成度が高い会社を目指してまいります。



ドベネックの桶は、リービッヒの最少律を視覚的に表現したものです。リービッヒの最少律とは、植物の成長速度や収量は、利用可能な必須栄養素の中で最も少ないものに影響されるという法則です。

