

|| 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 >>>](#)

2026年3月16日 (月)

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. 2025年12月期の業績概要	01
2. 2026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、2029年12月期に売上高1,000億円を目標	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	07
3. 競合	10
■ 業績動向	11
1. 2025年12月期の業績概要	11
2. セグメント別状況	11
3. 財務状況	12
4. キャッシュ・フローの状況	13
■ 今後の見通し	14
● 2026年12月期の業績見通し	14
■ 中長期の展望	15
1. 中期経営計画	15
2. 潜在的な市場規模	15
3. システム開発力と「無限カタログ」	16
■ 株主還元策	19

## 要約

### 主力事業は大企業向け「購買・役務代行」、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、オフィス用備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 and Operations

※2 FM : Facility Management

#### 1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高58,922百万円（前期比5.3%増）、営業利益1,468百万円（同18.2%増）、経常利益1,483百万円（同20.8%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,031百万円（同19.1%増）となった。アスクル<2678>の出荷停止が大きく影響したため、売上高は2025年11月公表の修正予想を下回ったが、利益率の改善で営業利益は11期連続の増益となった。セグメント別では、MRO事業の売上高は第4四半期にアスクルの出荷停止の影響があったものの、通期では大企業向けが好調に推移したことで前期比7.5%増となった。注力している「無限カタログ」の効果もあり粗利率が改善したことなどから営業利益は同54.2%増となった。FM事業では、第4四半期の店舗改装用資材需要が強く、売上高は2025年11月公表の修正予想を上回ったものの、緊急対応費用が発生し、セグメント利益は同47.7%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（前期末と同数）となった。

#### 2. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高65,300百万円（前期比10.8%増）、営業利益1,650百万円（同12.4%増）、経常利益1,650百万円（同11.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,130百万円（同9.6%増）を見込んでいる。MRO事業では、既存顧客の継続的な購入増に加えて、2025年12月期第4四半期に発生したアスクルの出荷停止の影響が解消することや、FM事業では、大手ハンパーガーチェーンから大型出店の引き合いがきていることなどから、全体では2ケタの増収を見込んでいる。利益面においては、利益率はほぼ前期並みを予想しているが、アスクルの出荷停止の影響が解消することや「無限カタログ」がさらに浸透することなどを考慮すれば、利益率横ばいは控え目な予想と言えるだろう。言い換えれば、売上高が目標を達成できれば、利益は上方修正される可能性が高く、また大型案件のずれ込みなどで売上高が未達であっても、現在の利益予想が達成される可能性はありと弊社は見ている。

要約

### 3. 中長期の展望：潜在市場は膨大、2029年12月期に売上高1,000億円を目標

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。同社の最大の強みは、顧客側のシステム(ERP<sup>※</sup>)とサプライヤー側のシステムを連携する仕組みがあることだ。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、正面から競合する企業はほぼ皆無と言っても過言ではないだろう。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思われる。このような環境を背景に、同社では中期経営計画を発表済みで、定量的目標として2029年12月期に売上高1,000億円、営業利益率3.5%、ROE20%以上を掲げている。今後、この目標に向かって同社の業績がどのように変化していくか大いに注目される。

※ 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
- ・2026年12月期は12.4%の営業増益予想だが上振れの可能性も
- ・大企業の外注化率は低く、潜在市場は大きい。2029年12月期に売上高1,000億円を目指す

#### 連結業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 購買代行を行うMRO事業と役務代行のFM事業が2本柱

#### 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Ripplewood Holdings LLC (以下、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リップルウッドが日本から撤退したときに、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・機械の修理用備品やオフィス用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、2025年12月期の売上高は58,922百万円、期末従業員数は265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、筆頭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	筆頭株主がアスクル (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	本社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：有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成

## ■ 事業概要

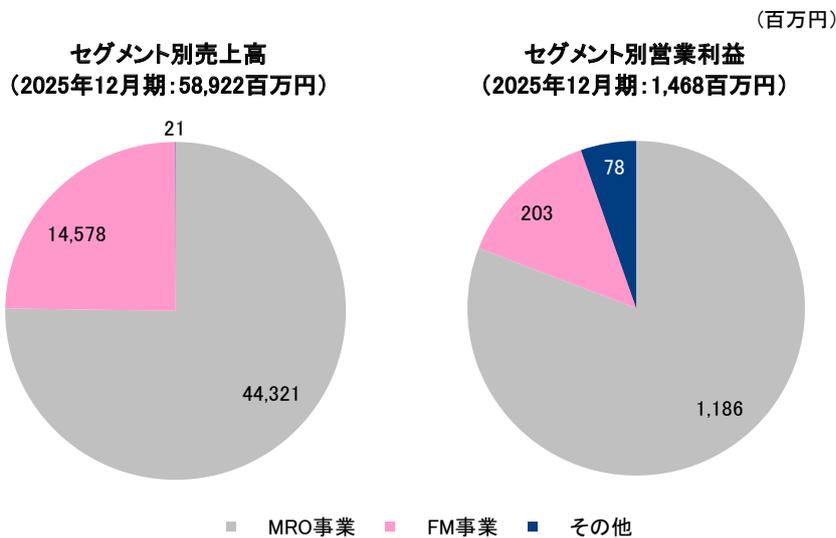
### 積み上げ型の事業モデルで安定性が高い

#### 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用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。

2025年12月期のセグメント別売上高は、「MRO事業」が44,321百万円(売上高構成比75.2%)、「FM事業」が14,578百万円(同24.7%)、「その他※」が21百万円(同0.1%未満)であった。また、セグメント別営業利益は、「MRO事業」が1,186百万円(営業利益構成比80.8%)、「FM事業」が203百万円(同13.9%)、「その他※」が78百万円(同5.3%)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

(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。

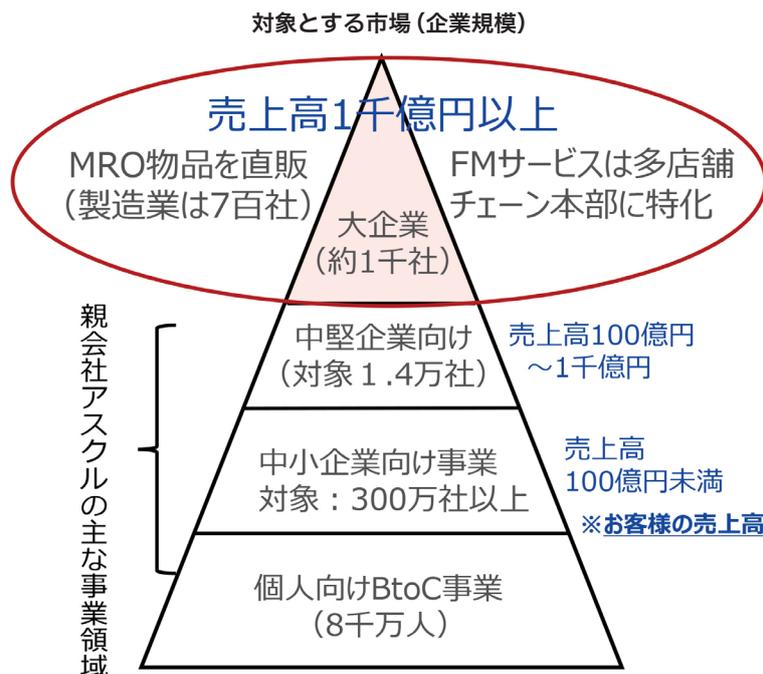
1) 事業モデル

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。商品自体は大部分はサプライヤーから顧客へ直接配送される。同社の売上高は主に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。



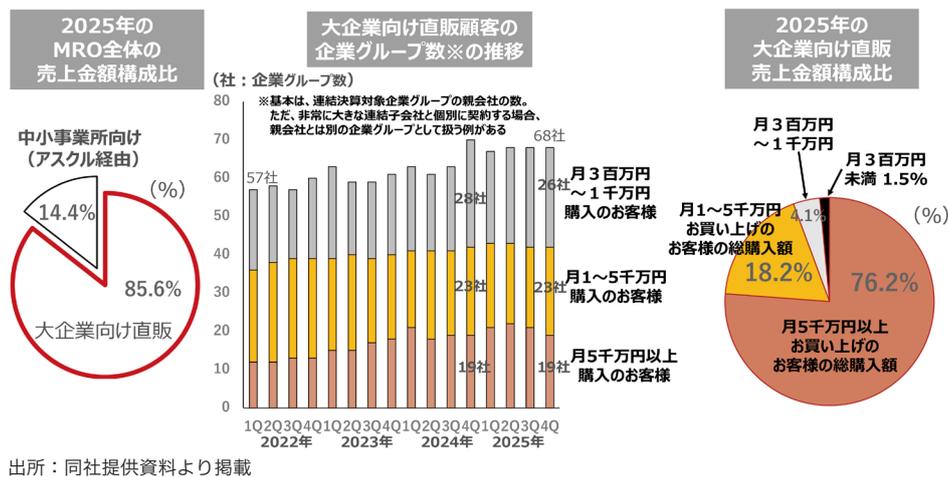
出所：IR資料より掲載

事業概要

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。

2025年12月期のMRO事業のうち85.6%が大企業向けの直販で、残り14.4%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、この大企業向け直販のうち、売上金額の94.4%が月平均総購入額10百万円以上の大口顧客であり、4.1%が同3～10百万円の顧客で、1.5%が同3百万円未満の顧客であった。大企業の契約企業グループ数（2025年12月期末）は、月平均3～10百万円が26社（前期末比2社減）、10～50百万円が23社（同変わらず）、50百万円以上が19社（同変わらず）であった。

MRO販売の売上構成と主要顧客グループ数の状況



具体的な顧客企業としては、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。

## 事業概要

**(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1,000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。

**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、店舗管理部、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。

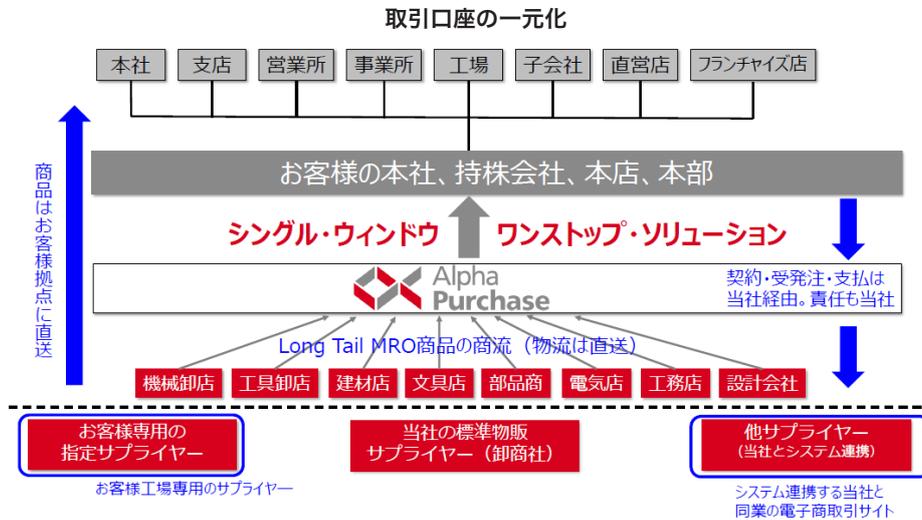
## 売上高は物販だが、最大の強みはシステム開発力

### 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、「1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い。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

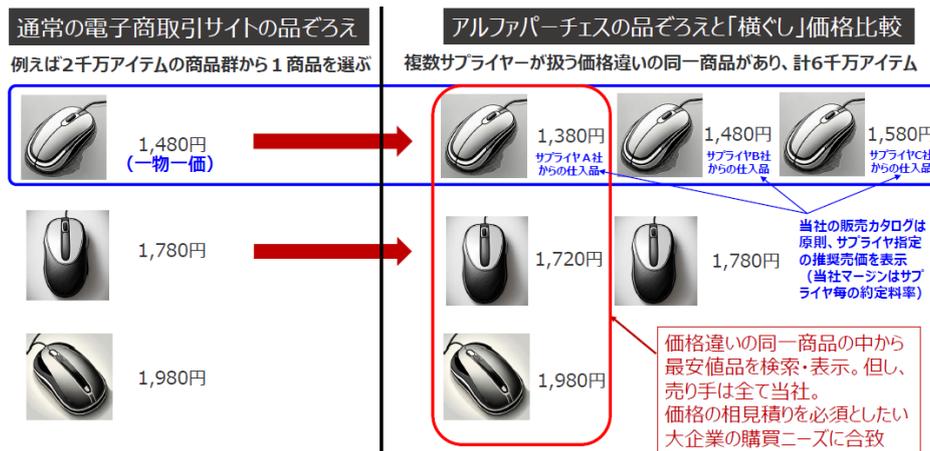


出所：IR資料より掲載

(2) 同一商品の自動相見積り (「横串」の提案)

同社システムのもう1つの特色は、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 (たとえば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。

同一商品の自動相見積り



出所：IR資料より掲載

事業概要

### (3) ストック型のビジネスモデル

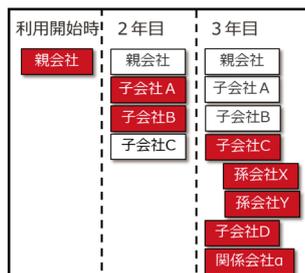
同社の主力事業であるMRO事業は、積み上げ型（ストック型）であることが特色であり事業展開のうえでの強みと言えるだろう。下記のような条件により、毎年収益が積み上がる可能性が高く、大きく落ち込むことは少ないと思われる。

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6年間（2020年から2025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件あっただけ（解約による金額影響率0.15%）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。

#### 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

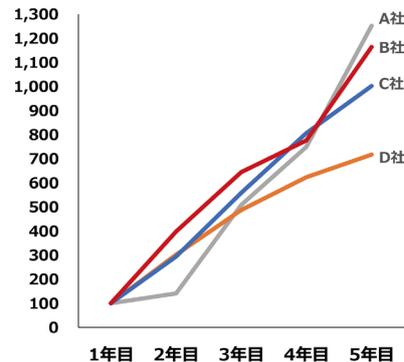


- ②サービス導入後の利用者の拡大  
(他のローカルシステムの利用停止、請求書払いの減少)
- ③当社取扱の購入可能品目の増加  
(当社カタログの品目増に加え、連携接続業者の増加)

出所：IR資料より掲載

##### 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



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。

## 事業概要

**(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基幹IT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。

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。

## 同等の競合相手はほぼ皆無、最大の競合は企業の自社内購買部門

### 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

### 2025年12月期はアスクルの出荷停止影響を吸収して18.2%の営業増益

#### 1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高58,922百万円（前期比5.3%増）、営業利益1,468百万円（同18.2%増）、経常利益1,483百万円（同20.8%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,031百万円（同19.1%増）となった。EBITDAは2,155百万円（同16.1%増）となった。アスクルの出荷停止が大きく影響したため売上高は2025年11月公表の修正予想を下回ったが、利益率の改善で営業利益は11期連続の増益となった。

セグメント別では、MRO事業では第4四半期にアスクルの出荷停止の影響があったものの、通期では大企業向けが好調に推移したことなどから売上高は前期比7.5%増となった。注力している「無限カタログ」の効果等もあり粗利率が改善し、営業利益は同54.2%増となった。FM事業では、第4四半期の店舗改装用資材需要が強くなり売上高は2025年11月公表の修正予想を上回ったものの、緊急対応費用が発生し、セグメント利益は同47.7%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（前期末比と同数）となった。

#### 2025年12月期連結業績

（単位：百万円）

	24/12期		25/12期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	55,952	100.0%	58,922	100.0%	2,969	5.3%
売上総利益	5,524	9.9%	6,105	10.4%	580	10.5%
販管費	4,281	7.7%	4,636	7.9%	354	8.3%
営業利益	1,242	2.2%	1,468	2.5%	226	18.2%
経常利益	1,227	2.2%	1,483	2.5%	255	20.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	865	1.5%	1,031	1.8%	165	19.1%

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44,321百万円（前期比7.5%増）、セグメント利益は1,186百万円（同54.2%増）となった。大企業顧客の7割以上を占める製造業向けが「無限カタログ」の効果もあり堅調に推移した一方で、中小企業向け経路の売上高は、アスクルの出荷停止の影響もあり低調に推移した。この結果、売上高は2025年11月公表の修正予想の予想を下回り、前期比7.5%増にとどまった。しかし利益面では、「無限カタログ」の自動置き換え機能の活用が進み、顧客の購買行動が売れ筋商品に集中したことから売上総利益が拡大し、セグメント利益は大幅増となった。

業績動向

### (2) FM事業

FM事業の売上高は14,578百万円(前期比0.6%減)、セグメント利益は203百万円(同47.7%減)となった。売上高は、顧客の発注減などから第3四半期までは前年同期比でマイナスが続いていたが、第4四半期に店舗改装用資材の販売が伸長したため、通期の売上高は想定を上回り前期比微減にとどまった。ただし利益面では、店舗改装用資材需要急増に対応するための緊急調達や配送費用が発生して、利益は40百万円下押しされ、セグメント利益は前期比で大幅減益となった。

### (3) その他

「その他」の売上は、同子会社であるATCのソフトウェア事業の外売上(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)が計上されているが、同社向け事業に集中したことから売上高は21百万円(前期比66.6%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78百万円(同6.4%減)となった。

### 2025年12月期セグメント別業績

(単位:百万円)

	24/12期		25/12期		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	55,952	100.0%	58,922	100.0%	2,969	5.3%
MRO事業	41,221	73.7%	44,321	75.2%	3,100	7.5%
FM事業	14,665	26.2%	14,578	24.7%	-87	-0.6%
その他	65	0.1%	21	0.0%	-43	-66.6%
営業利益	1,242	100.0%	1,468	100.0%	226	18.2%
MRO事業	769	61.9%	1,186	80.8%	417	54.2%
FM事業	389	31.3%	203	13.9%	-185	-47.7%
その他	83	6.7%	78	5.3%	-5	-6.4%
EBITDA	1,856	-	2,155	-	299	16.1%

出所:決算短信、決算説明補足資料よりフィスコ作成

## バランスシートはスリム、ソフトウェアが固定資産の多くを占める

### 3. 財務状況

2025年12月期末の資産合計は19,854百万円(前期末比1,473百万円増)となった。このうち、流動資産は17,144百万円(同1,218百万円増)となったが、主に現金及び預金の減少391百万円、電子記録債権を含めた売掛金の増加1,207百万円、商品の増加348百万円による。固定資産は2,709百万円(同254百万円増)となったが、主に有形固定資産の減少24百万円、無形固定資産の増加234百万円、投資その他の資産の増加43百万円による。固定資産のうち無形固定資産(主にソフトウェア)が86.6%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。

**アルファパーチェス** | 2026年3月16日 (月)  
 7115 東証スタンダード市場 | <https://www.alphapurchase.co.jp/ir/>

業績動向

流動負債は13,039百万円(同764百万円増)となったが、主に増収に伴う買掛金の増加664百万円、未払法人税・消費税等の増加84百万円による。固定負債は72百万円(同37百万円増)となった。この結果、負債合計は13,111百万円(同802百万円増)となった。純資産合計は、6,742百万円(同671百万円増)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769百万円による。この結果、2025年12月期末の自己資本比率は34.0%(前期末は33.0%)となった。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	24/12期末	25/12期末	増減額
<b>流動資産合計</b>	15,925	17,144	1,218
現金及び預金	5,759	5,367	-391
売掛金(含む電子記録債権)	9,289	10,497	1,207
商品	391	740	348
<b>固定資産合計</b>	2,455	2,709	254
有形固定資産	82	58	-24
無形固定資産 (ソフトウェア)	2,112	2,347	234
投資その他の資産	260	304	43
<b>資産合計</b>	18,381	19,854	1,473
<b>流動負債合計</b>	12,274	13,039	764
買掛金	11,401	12,065	664
未払金	291	300	8
未払法人税・消費税等	283	367	84
<b>固定負債合計</b>	34	72	37
<b>負債合計</b>	12,309	13,111	802
<b>純資産合計</b>	6,071	6,742	671
<b>負債純資産合計</b>	18,381	19,854	1,473

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

2025年12月期の営業活動によるキャッシュ・フローは903百万円の収入であった。主な収入は税金等調整前当期純利益1,483百万円、減価償却費686百万円、仕入債務の増加664百万円などで、主な支出は売上債権の増加1,249百万円、棚卸資産の増加368百万円である。投資活動によるキャッシュ・フローは923百万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893百万円、主な収入は差入保証金減少による収入9百万円であった。財務活動によるキャッシュ・フローは380百万円の支出であったが、主な支出は長期借入金の返済19百万円、自己株式の取得225百万円、配当金の支払額261百万円であった。

この結果、現金及び現金同等物は398百万円減少し、期末残高は5,360百万円となった。

## 業績動向

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/12期	25/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,471	903
投資活動によるキャッシュ・フロー	-665	-923
財務活動によるキャッシュ・フロー	-217	-380
現金及び現金同等物の増減額	1,589	-398
現金及び現金同等物の期末残高	5,759	5,360

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 今後の見通し

### 2026年12月期は12.4%の営業増益予想だが上振れの可能性も

#### ● 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高65,300百万円(前期比10.8%増)、営業利益1,650百万円(同12.4%増)、経常利益1,650百万円(同11.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1,130百万円(同9.6%増)を見込んでいる。

MRO事業では、既存顧客の継続的な購入増に加えて、2025年12月期第4四半期に発生したアスクルの出荷停止の影響が解消することや、FM事業では、大手ハンバーガーチェーンから大型出店の引き合いがきていることなどから、全体では2ケタの増収を見込んでいる。利益面においては、利益率はほぼ前期並みを予想しているが、アスクルの出荷停止の影響が解消することや「無限カタログ」がさらに浸透することなどを考慮すれば、利益率横ばいは控え目な予想と言え改善が期待できる。したがって売上高が目標を達成できれば、利益は上方修正される可能性が高いと思われる。反対に、大型案件のずれ込みなどで売上高が未達となった場合でも、利益率が改善する可能性があるため現在の利益予想が達成される可能性はあると弊社では見ている。言い換えれば、現在の利益予想はボトムラインであり、利益が上振れる(上方修正される)可能性はあると弊社は見ている。

#### 2026年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	58,922	100.0%	65,300	100.0%	6,377	10.8%
営業利益	1,468	2.5%	1,650	2.5%	181	12.4%
経常利益	1,483	2.5%	1,650	2.5%	166	11.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,031	1.8%	1,130	1.7%	98	9.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中長期の展望

### 2029年度に売上高1,000億円、営業利益35億円を目指す

同社は2025年5月に中期経営計画を発表した。その内容と展望から、同社の成長余力は大きく、中期経営計画の目標が達成される可能性は高いと弊社は見ている。

#### 1. 中期経営計画

##### (1) 位置付け

同社では、「ありたい姿へのステップアッププラン」としてこの中期経営計画を位置付けている。顧客の業務に必要な商品やサービスの提供を通じて、以下の施策を推進する。

- ・カタログやサプライヤー網を整備し購買プロセスを可視化する
- ・「三方良し」の集中購買を推進し購買BPO<sup>※1</sup>を展開する
- ・社会全体の全体最適に貢献するため、顧客価値創造を提案し購買DX/購買レス<sup>※2</sup>を推進する

<sup>※1</sup> BPO：Business Process Outsourcing、顧客にとって付加価値の低い業務を同社が代行すること。

<sup>※2</sup> 顧客が個別の購買行動を意識せずとも業務に最適なモノやサービスが、業務の進捗に応じてタイムリーに手に入る姿が理想。

##### (2) 定量的目標

定量的目標としては、2029年12月期に売上高1,000億円、営業利益率3.5%（営業利益35億円）、ROE20%以上を掲げる。2024年度の実績が売上高559億円、営業利益率2.2%、ROE15.1%であったことから、中期経営計画期間中の年平均成長率は12.3%を目指している。

#### 2. 潜在的な市場規模

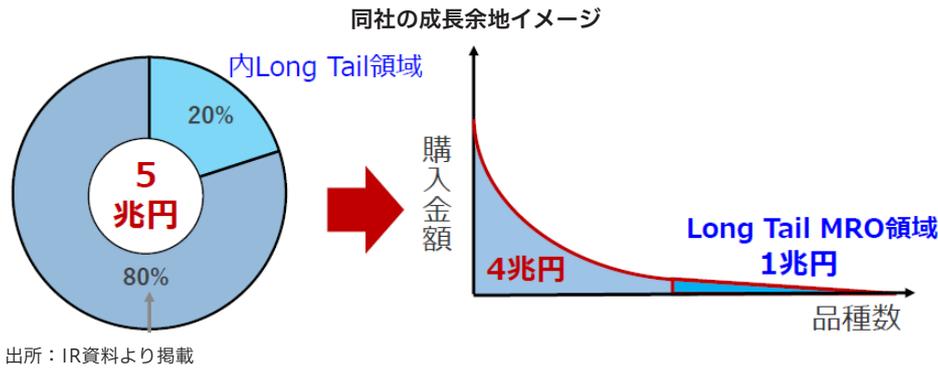
##### (1) 会社数からの成長余地

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合理化を進めることが予想される。間接材のアウトソーシング化は進むことはあっても後退す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。

中長期の展望

## (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除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。

## 3. システム開発力と「無限カタログ」

### (1) システム開発力が強み

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システム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。一方で固定資産は無形固定資産（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

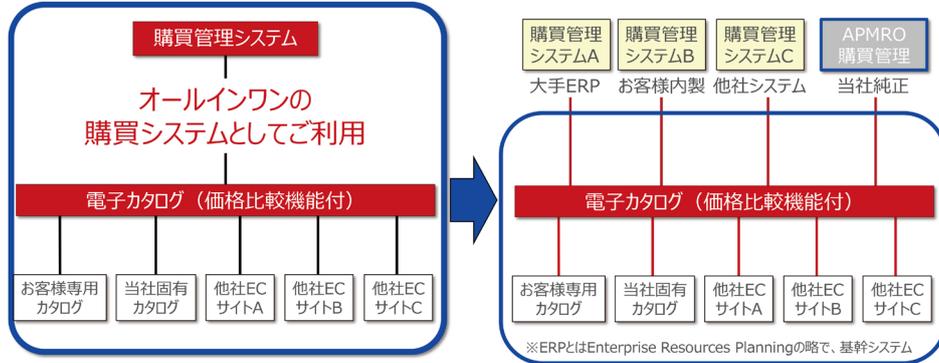
同社の開発力の1つを示すのが2024年9月に発表された「無限カタログ」だ。これは以前から同社が提供していたAPMROの中から電子カタログ機能のみを抜き出し、ダイナミックにカタログ化することで文字どおり無限に品目数を増やすことを目指した電子カタログ機能である。単なる商品や価格のリストではなく、APMROの本体部分とも言えるシステムモジュールであり、今後のさらなる機能強化によって、顧客の購買条件変更の要求や商品の仕様変更などの要求に柔軟に対応できる。従来のカタログでは困難だった範囲も取り扱い、また連携できるECサイトや購買システムを広げて、事実上、取扱商品数を無限にすることを目指している。

中長期の展望

「無限カタログ」の概要

(従前のAPMROによるソリューション)

(今後のソリューション)



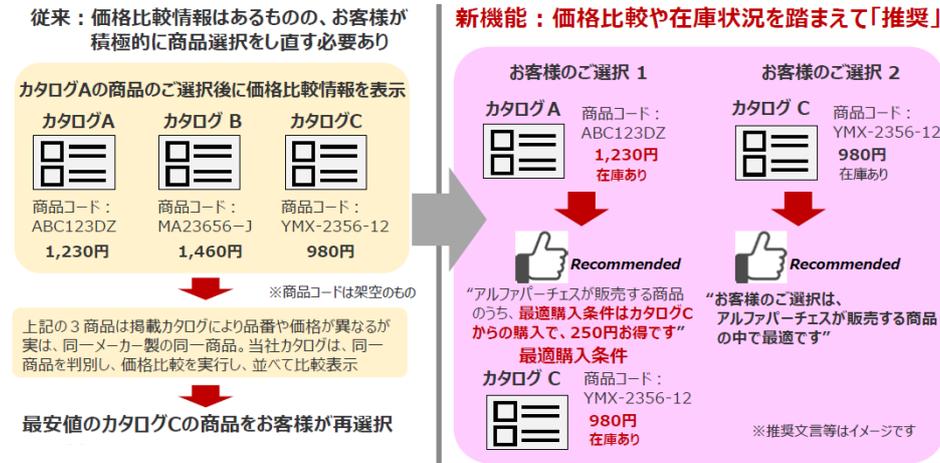
出所： 同社提供資料より掲載

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。従来の仕組みでは、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。たとえば、従来の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。

「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、たとえば顧客が商品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。

商品比較機能



出所： 決算説明補足資料より掲載

## 中長期の展望

さらに「双方向商談機能」も実装する予定であり、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、商材のパ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、即座に取り引きの実行が可能となる。

**(3) 新規顧客開拓に向けた施策****1) LP※の強化**

同社では、中期経営計画目標達成のため新規顧客の開発を積極的に推進しているが、その原動力となるのが「無限カタログ」のさらなる知名度アップだ。これを推進するために、導入部門に向けたランディングページを強化している。

| ※ LP : Landing Page |

**2) 無限カタログ導入の成果事例を掲載**

無限カタログの専用Webサイトでは、無限カタログを導入した顧客の「成果事例」を多く掲載し、訴求を図っている。

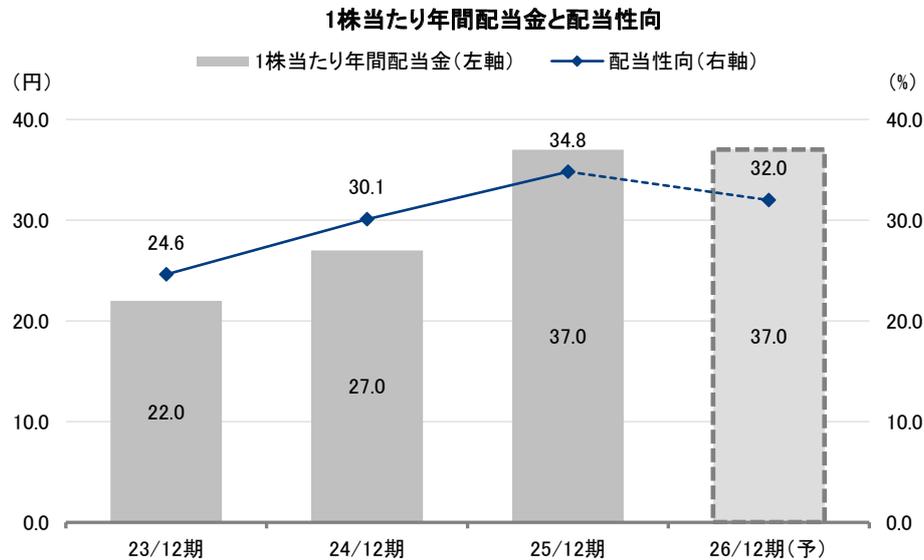
**3) 無限カタログ導入の経済効果の明示**

さらに無限カタログ導入による具体的な経済効果(物品コストの削減、業務工数削減、調達リードタイム短縮など)を掲載することで浸透を図っている。

## 株主還元策

### 2026年12月期は普通配当年間37.0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）に併せて、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月期は年27.0円、2025年12月期は年37.0円（記念配当5.0円を含む）の配当を行ってきた。2026年12月期は、普通配当で年37.0円（配当性向32.0%）を予想している。



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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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