

SPX | SALES
PROMOTION
TRANSFORMATION

決算説明資料

第70期：2025年3月期 第3四半期

株式会社平賀

東証STD 7863

2025年2月7日





この国の販促を、変革します。

お客さまとともに次のステージへ進むために、
2023年、当社はミッションとビジョンを再定義しました。

現在、課題が山積する小売流通業界は、
かつてないほどチャレンジングな時代に突入しています。
そんな中、当社はお客さまとの固いパートナーシップを礎に、
これまでに培ってきた知見とコンサル能力を発揮し、
印刷・販促業界の中でもオンリーワンの存在として
小売業界の活性化に貢献してゆく所存です。

そして2030年、小売の課題解決が日本一得意な会社へ。
私たちは、販促を変革し続けます。

アジェンダ

- 1 2025年3月期 第3四半期 決算概要 P4
- 2 2025年3月期 第3四半期 事業概況 P10
- 3 Appendix P19

本資料に記載されたすべての意見や予測、見直しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた弊社の判断であり、様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

2025年3月期 第3四半期（4月～12月）業績ハイライト①

収益面では、大型受注を獲得するも計上は第4四半期以降にずれ込む

加えて、一部顧客の販促予算縮小による売上減が影響した結果、**微増に留まる**

利益面では、人材強化で販管費や新規投資が増加、新規受注の事前コストも影響した結果、**減益で着地**

売上高

7,625 百万円 前年同期比 0.9% 増

営業利益

378 百万円 前年同期比 6.1% 減

- **収益性** コンペへの積極参加で大型受注獲得。新規開発サービスも好評。
- **生産性** 内製化が着実に進み、印刷が歴代最高枚数を更新。
- **安定性** 採用と教育の計画的な投資を継続的に実施。組織成長を促進。

詳細P12～14

詳細P15

詳細P16～17

2025年3月期 第3四半期（4月～12月）業績ハイライト②

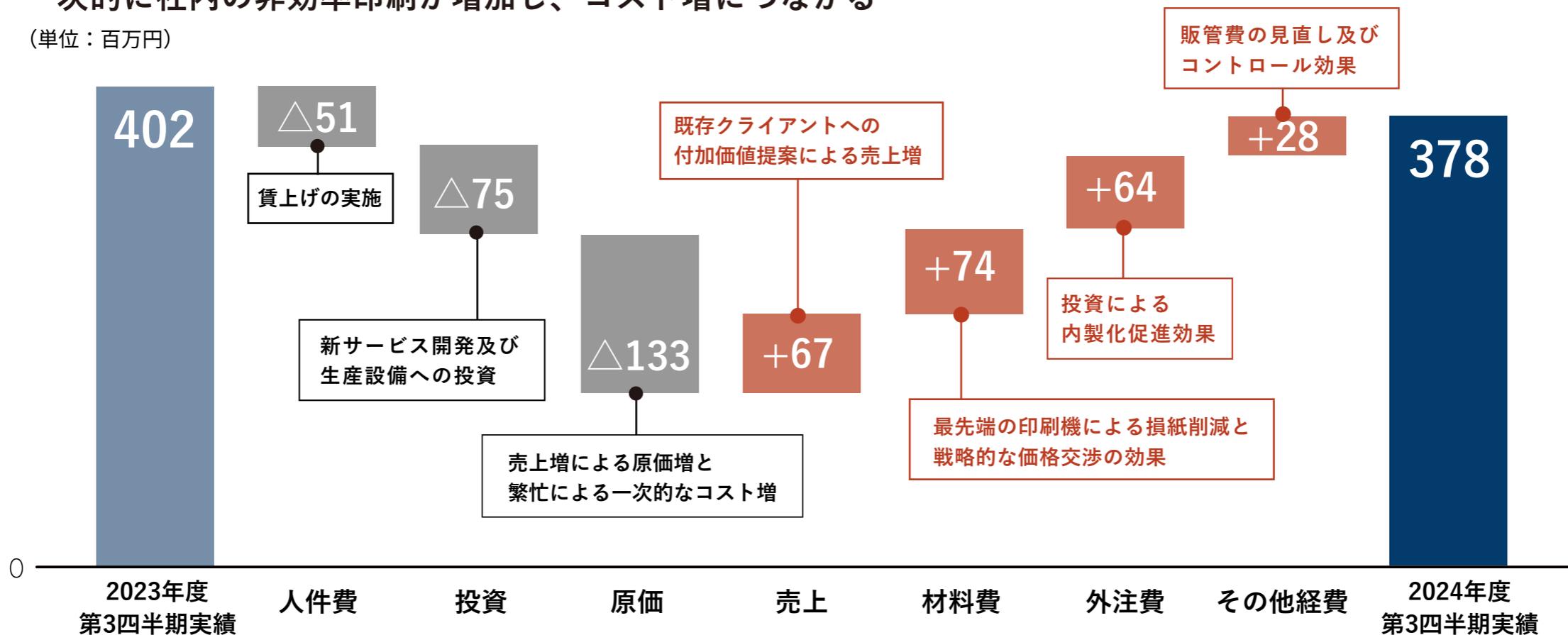
(百万円)	2024年3月期 第3四半期実績	2025年3月期 第3四半期実績	前年同期比	増減率	進捗率
売上高	7,557	7,625	+67	0.9%	74.0%
営業利益	402	378	△24	△6.1%	75.7%
経常利益	461	435	△25	△5.6%	76.5%
純利益	313	296	△16	△5.3%	74.1%

2025年3月期 第3四半期（4月～12月） 営業利益の増減分析

最先端印刷機の稼働率が上がり生産性が改善

しかし、受注増に伴う原価の上昇に加え、繁忙期の外部印刷枠の確保困難により
一次的に社内の非効率印刷が増加し、コスト増につながる

(単位：百万円)



2025年3月期 第3四半期 通期業績予想進捗

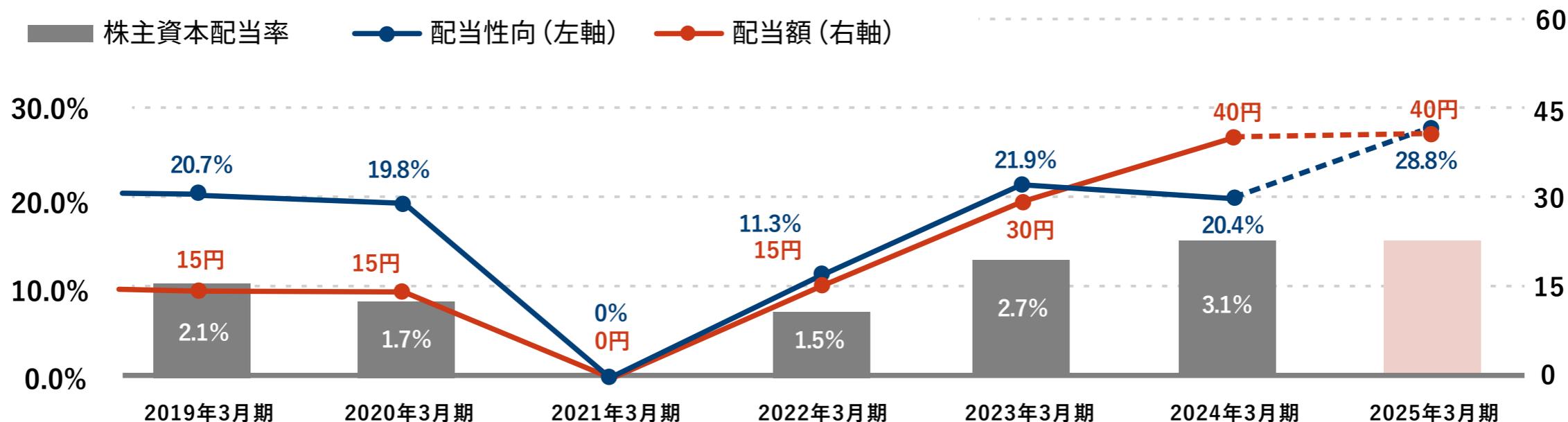
大型受注獲得のための事前コスト発生も、収益への貢献は第4四半期以降の予定
外部環境に不透明な要素も多く、現時点での通期業績予想は据え置き

	通期 (百万円)			参考 (百万円)	
	前期実績	業績予想	伸長率	3Q実績	進捗率
売上高	9,954	10,300	3.5%	7,625	74.0%
営業利益	494	500	1.1%	378	75.7%
経常利益	565	570	0.8%	435	76.5%
当期純利益	565	400	△29.2%	296	74.1%

2025年3月期 第3四半期 配当予測

2025年3月期の配当は、当初予定通り1株当たり40円を予定

当社は、企業体質を強化し、持続可能な成長を確保するため、内部留保を充実させつつ、安定的かつ適切な配当の継続を基本方針として掲げています。配当の決定にあたっては、業績や配当性向に加え、株主資本配当率を含む複数の指標を総合的に考慮します。特に中期経営計画SPX2027では、2027年3月期における配当性向を30%以上とする目標を設定しています。これにより、株主の皆様への利益還元を強化すると共に、企業価値の向上を図っています。

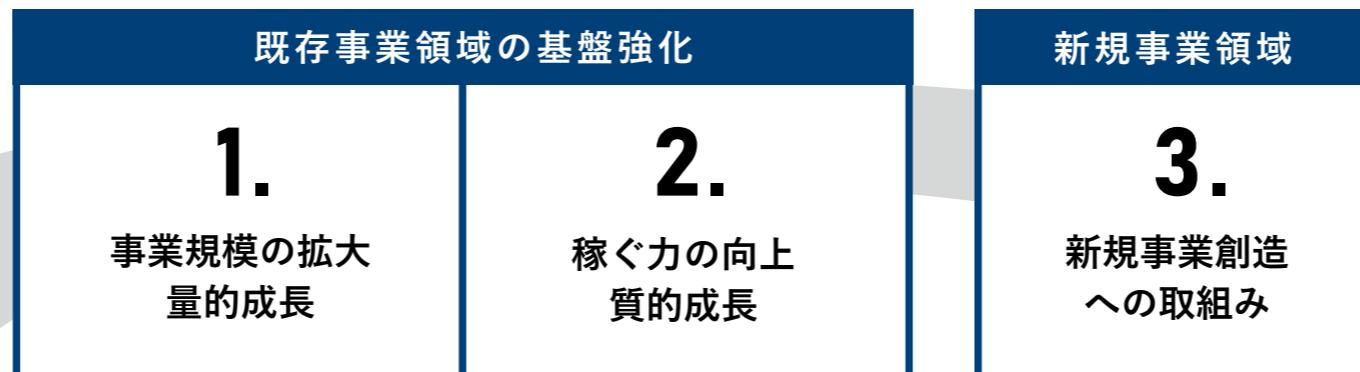


アジェンダ

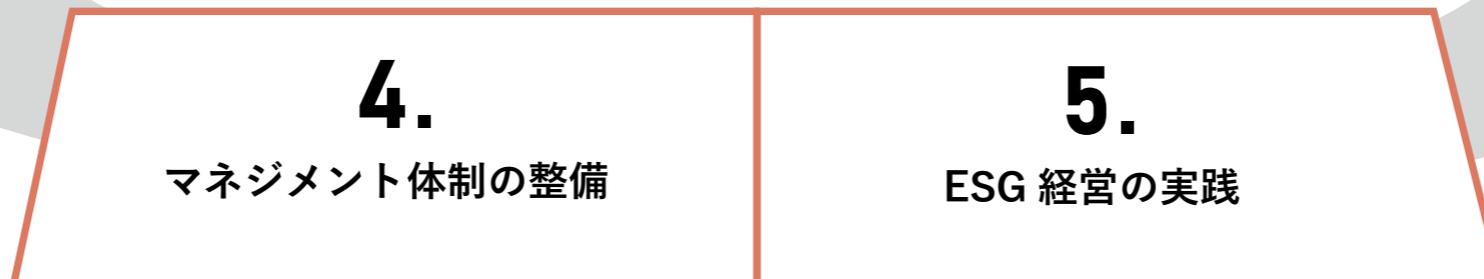
- 1 2025年3月期 第3四半期 決算概要 P4
- 2 2025年3月期 第3四半期 事業概況 P10
- 3 Appendix P19

SPX2027（2025年～27年3月期）事業戦略

Vision2030「小売の課題解決が日本一得意な会社へ」の実現に向けて
以下の事業戦略に基づく諸施策に取り組む



事業のシフトチェンジで、新しい風を吹かせる。
自らもマインドチェンジで、新たな成長を追求する。



2025年3月期 第3四半期（4～12月）当社を取巻く事業環境

Vision2030「小売の課題解決が日本一得意な会社へ」を取巻く事業環境

主要顧客である小売業界

- ・ **多様な要因が経営を圧迫**
仕入れ価格の高騰、労働力不足、物流コスト増が経営を圧迫。
- ・ **節約志向の高まり**
実質賃金の伸び悩みを背景に消費者の節約志向が強まる。
- ・ **インバウンド需要の拡大**
訪日外国人客の増加により観光地や都心部での消費が活発化。
- ・ **新技術の導入が進行**
オンラインショッピングやデジタル決済が拡大。
AIによる在庫管理や顧客分析が普及し、消費者体験や業務効率の向上に寄与。
- ・ **消費行動の多様化と二極化**
消費マインドの多様化や、様々な差異による二極化が進行。
地方と都心部の経済格差も拡大。

事業領域である販促及び印刷業界

- ・ **購買動機の多様化と顧客体験の強化**
顧客に合わせた効果的な施策の必要性と、マルチチャネルによる顧客体験向上の重要性が高まる。
- ・ **先進技術の導入加速**
AIとデータ分析を利用した顧客行動予測の活発化。
- ・ **コスト削減と業務効率化の追求**
販促コストの削減と業務の効率化に対する需用の増大。
- ・ **デジタル化の進展** デジタルツールの利用拡大と紙媒体依存の低下。
- ・ **サステナビリティへの対応**
環境規制の厳格化と環境配慮によるサステナビリティ対応の必要性増加。
- ・ **原材料の高騰と設備の老朽化**
原材料の価格の持続的な高騰と印刷機械設備の老朽化進行。
- ・ **価格競争の激化**
印刷業界内でのパイの奪い合いにより競争の厳しさが増す。

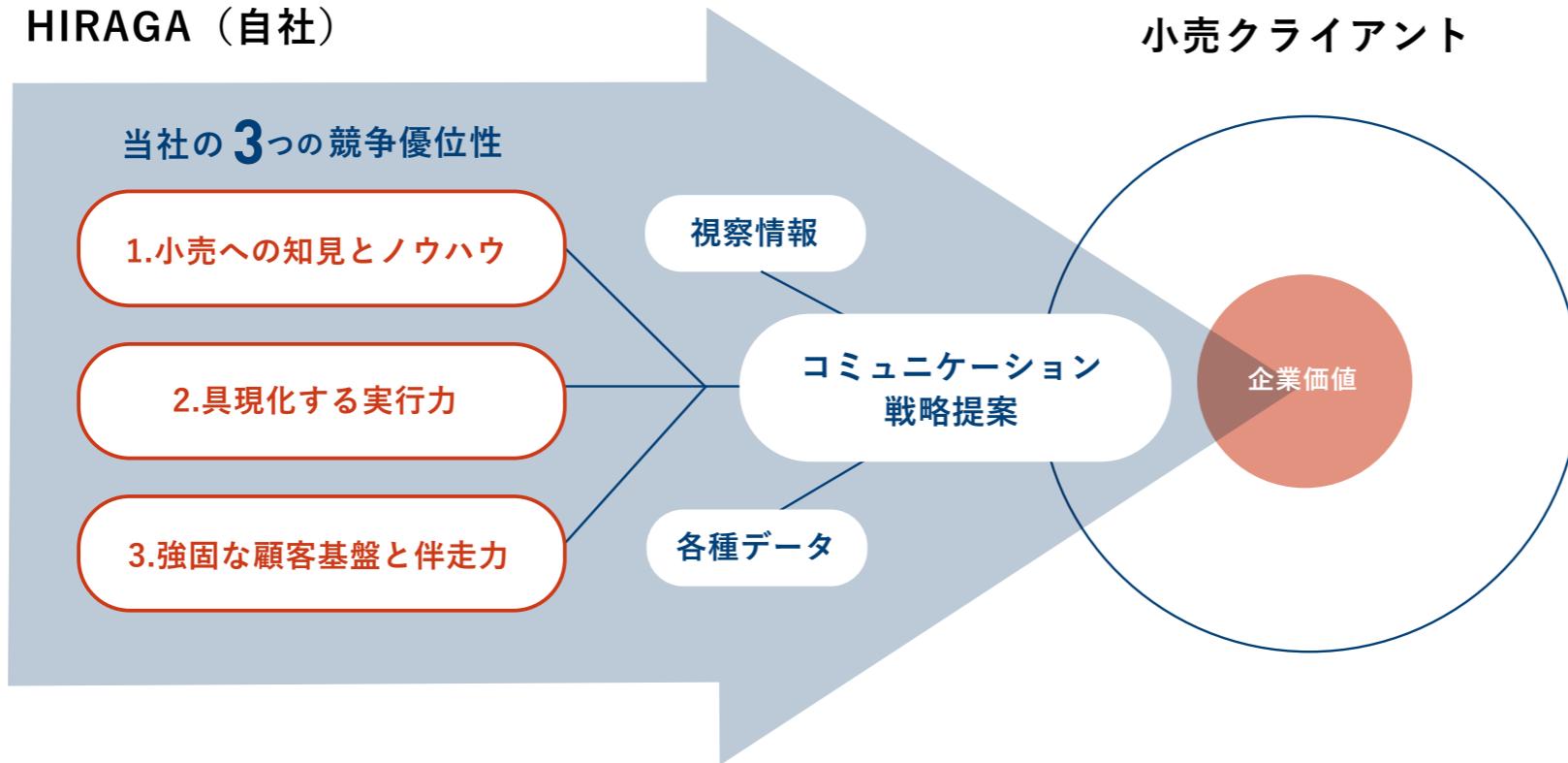
2025年3月期 第3四半期（4月～12月）【収益性】事業規模拡大

事業規模拡大

販促コンサルティング

HIRAGA（自社）

小売クライアント



小売企業の コンペティションで 大型受注を複数獲得

当期は企業コンペティションに積極的に参加し、当社の強みを活かし、小売の課題解決を軸とした包括的なコミュニケーション戦略を提案することで、大型受注を複数獲得しました。今後もクライアントの課題に寄り添う体制を強化し、より信頼性の高いサービスを提供してまいります。

2025年3月期 第3四半期（4月～12月）【収益性】好評サービス紹介①

販促コンサルティング

効果測定

戦略的な判断を的確にサポート

店舗ポテンシャル分析

店舗の立地がちがえば、
すべてが違ってくるから。

自社・競合・商圈、3つの視点で店舗のポテンシャルを分析。
店舗の課題をマルハダカにし、「売上が伸び悩む理由」「ターゲットのプロフィール」「本当に狙うべきエリア」等を可視化し、成果の上がる顧客戦略をサポートします。また、ニーズに合わせて、導入しやすいライトプランからより精度の高い分析ができるカスタマイズプランまでご用意しています。

自社情報

GPSデータから
時系列で来訪者数、
人流、属性の分析。



競合情報

競合店舗の洗い出し。
立地情報、販促施策、
来訪状況などを調査。



商圈情報

地図データ、商圈データ、
店舗・顧客データ、統計データを
重ね合わせ、地図上に可視化。



- 行動・商圈データをもとに、
店舗の課題を可視化
- 商圈内のプロモーションの
効率を分析
- 来店率を向上できる
エリア・ターゲットを抽出



2025年3月期 第3四半期（4月～12月）【収益性】好評サービス紹介②

販促コンサルティング

効果測定

その販促物、ちゃんと効いてる？

売れるデザイン研究所

いつもの販促を、売れる販促へ。
小売の課題、感性脳科学で解決します。

チラシや販促物のデザイン、なんとなくのスキキライやフィーリングで決めてませんか？売れるデザイン研究所は、多様な販促物やパッケージ、店頭ディスプレイ、WEBサイトの改善に至るまで、感性脳科学を応用した分析を基に、最適化から検証まで一貫してサポート。常にコミュニケーション戦略をアップデートし続けることで、クライアントの業績向上に貢献します。



この流れでPDCAを繰り返し、生活者とのエンゲージメントを深め続けます。

powered by KONICA MINOLTA

このサービスはコニカミノルタ株式会社のEX感性を使用して分析しております。

2025年3月期 第3四半期（4月～12月）【生産性】トピックス①

生産性改善

内製化促進

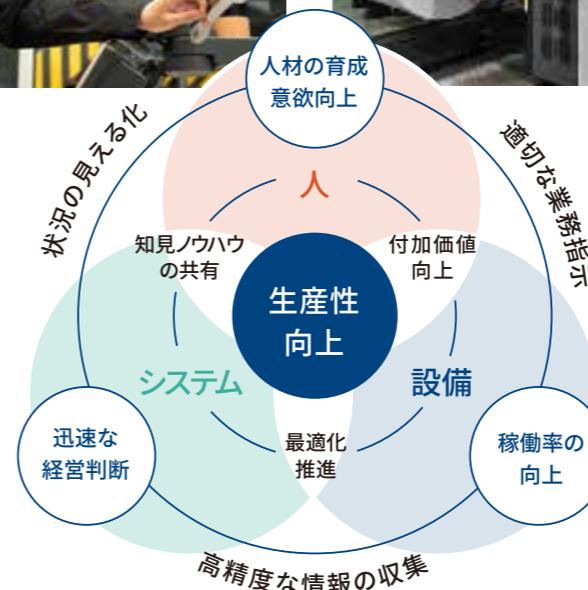
《埼玉工場》1964年9月の稼働開始以来 過去最高の印刷枚数を達成

埼玉工場では生産性改善に向けた
さまざまな取組みが進んでいます。

2024年12月には、60年の稼働歴史の中で最高となるチラシ印刷枚数を記録。これらの成果は、最新の印刷機の2台導入や働く環境の改善などの投資効果が大きく寄与しています。今後も生産性の向上を図り、総合的な改善を進めてまいります。

〈投資内容〉

- 最新鋭印刷機2台目導入 内製化促進
- 動線整備による空調最適化 作業効率と働く環境の改良
- 新基幹システム導入 分析の迅速化とデータ視認性向上
- 太陽光パネル導入 省エネ効果で環境負荷を削減



総印刷枚数が

前期平均より **11.2%増加**

ロス紙（損紙）の発生が

前期平均比より **9.3%抑制**

1枚辺りの電力コストが

前期平均比より **12.2%改善**

2025年3月期 第3四半期（4月～12月）【安定性】トピックス①

人的資本

採用戦略

人材育成

新たな力、新たな高みへ

近年最多人数の新世代が加入

9期連続で新卒採用を継続

2025年4月、13名の新星を迎え入れます。

近年の採用市場が一層の厳しさを増す中、多くの学生から選ばれ、過去最多となる13名の新入社員を迎える予定です。すでに1月からは、内定者向けに社会人基礎研修を開始しており、ビジネスマナー習得や企業文化への適応をサポートしています。今後も、このような人的資本への投資を通じて、さらなる成長を目指してまいります。



24年10月に行われた内定授与式の様子

2025年3月期 第3四半期（4月～12月）【安定性】トピックス②

多様性推進

人的資本

人材育成

多様な力、共に成長へ

外国人技能実習生 6名入社

ダイバーシティと多文化共生で
イノベーションを推進します。

2024年11月に4名、2025年1月に2名、合計6名のミャンマー出身の技能実習生が埼玉工場の印刷課に新たに加わりました。

これらの若い20代の実習生たちは、慣れない環境での生活に戸惑うことも多いかと思いますが、先輩社員のフォローやサポートを受けながら、着実に適応しています。今後、フォークリフトの運転免許の取得にも挑戦する予定です。異なる言語や文化の壁を超えて、彼らが自身の能力を存分に発揮し、共に成長を遂げていくことを期待しています。



新たに導入した2台目の最新鋭印刷機「TEN」の前にて



実習生の中には「母国に印刷工場を作りたい」と明るい希望を持っている方もいます。彼らは先輩のフォローやサポートを受けながら印刷技術を学び、共に成長を目指しています。

アジェンダ

- 1 2025年3月期 第3四半期 決算概要 P4
- 2 2025年3月期 第3四半期 事業概況 P10
- 3 Appendix P19

Appendix 貸借対照表

(百万円)	2023年3月期 期末	2024年3月期 期末	2025年3月期 第3四半期末	前期末差	主な増減内容
流動資産	3,991	4,429	4,229	△ 199	・ 現預金△279
固定資産	2,594	3,555	3,267	△ 287	・ 投資有価証券△220
資産合計	6,586	7,984	7,496	△ 487	
流動負債	2,383	3,072	2,606	△ 465	・ 未払金△413
固定負債	833	773	730	△ 42	
負債合計	3,216	3,845	3,337	△ 508	
株主資本	3,221	3,699	3,880	181	
評価・換算差額等	148	439	278	△ 160	・ その他有価証券評価差額金△160
純資産	3,369	4,138	4,159	20	
負債純資産合計	6,586	7,984	7,496	△ 487	
自己資本比率	51.2%	51.8%	55.5%	3.7%	

小売流通の今日を見つめ、 明日をデザインする。

株式会社平賀は、全社一丸となって持続可能な
よりよい社会に向けて、多様な課題解決に積極的に取り組んでいきます。
そのために常に新たな目標に向かって、従業員一人ひとりの働きがいを大切にしながら、
全てのステークホルダーと共に、未来に向かって挑戦しつづけます。

当資料は、株主・投資家をはじめとした様々なステークホルダーの皆さまに

株式会社平賀への理解を深めていただくことを目的として、経営や財務に関する情報を提供するものです。

当資料は当社が信頼できると判断した情報源や最新の情報に基づき作成したものです。当資料に記載された事項につきましては、作成時点における当社の予測しうる判断に基づくものであり、用語を含め、完全性、正確性を保証するものではありません。実際の業績等は、今後の様々な要因によって大きく異なる可能性があります。

〈お問合せ先〉株式会社平賀 経営企画部 e-mail : contact@pp-hiraga.co.jp