



SPX | SALES
PROMOTION
TRANSFORMATION

決算説明資料

第70期：2025年3月期 通期

株式会社平賀

東証STD 7863

2025年5月9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 通期 決算概要 P4
- 2 SPX 中期経営計画2027の進捗 P8
- 3 2026年3月期 業績予測・取組み P14
- 4 Appendix P22

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当社の判断であり、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 通期 決算概要 業績ハイライト

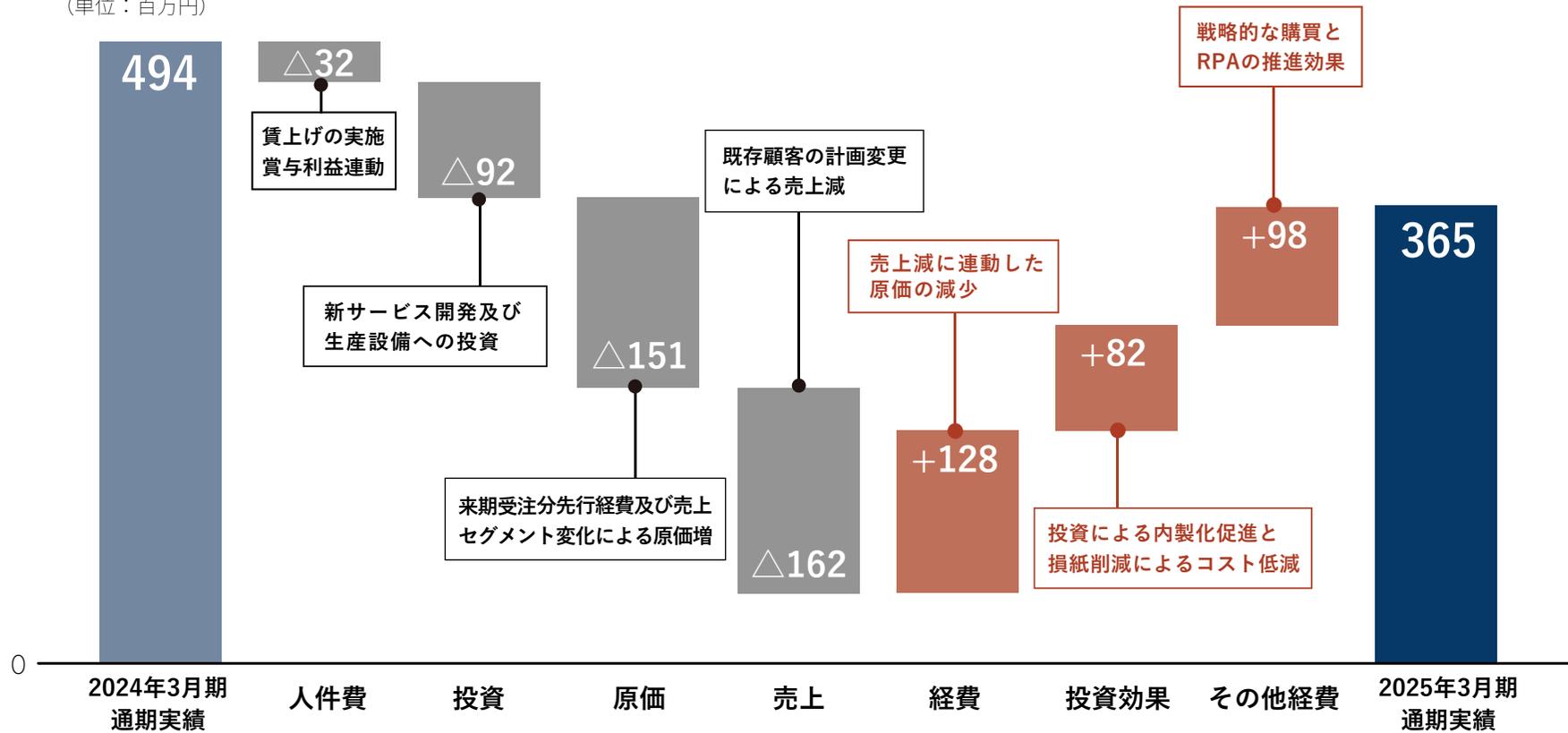
【上期】前期に獲得した新規顧客が順調に推移し、生産性改善により投資によるコスト増加分を吸収できたことにより増収・増益。

【下期】一部既存顧客の新店改装計画の縮小による受注減と、上期に計画していた開発の遅れで減収。利益面は、来期受注の大型案件の事前コスト発生により減益。

(百万円)	1Q実績	前年同期比	2Q実績	前年同期比	3Q実績	前年同期比	4Q実績	前年同期比	2025年3月期 通期実績	前年 差異	計画 差異
売上高	2,421	+31	2,433	+83	2,770	▲47	2,166	▲230	9,792	▲162	▲507
営業利益	137	+38	106	+33	134	▲96	▲13	▲104	365	▲129	▲134
経常利益	157	+37	123	+30	155	▲94	2	▲101	437	▲127	▲132
純利益	107	+27	83	+19	105	▲63	15	▲236	311	▲253	▲88

2025年3月期 通期 営業利益の増減分析

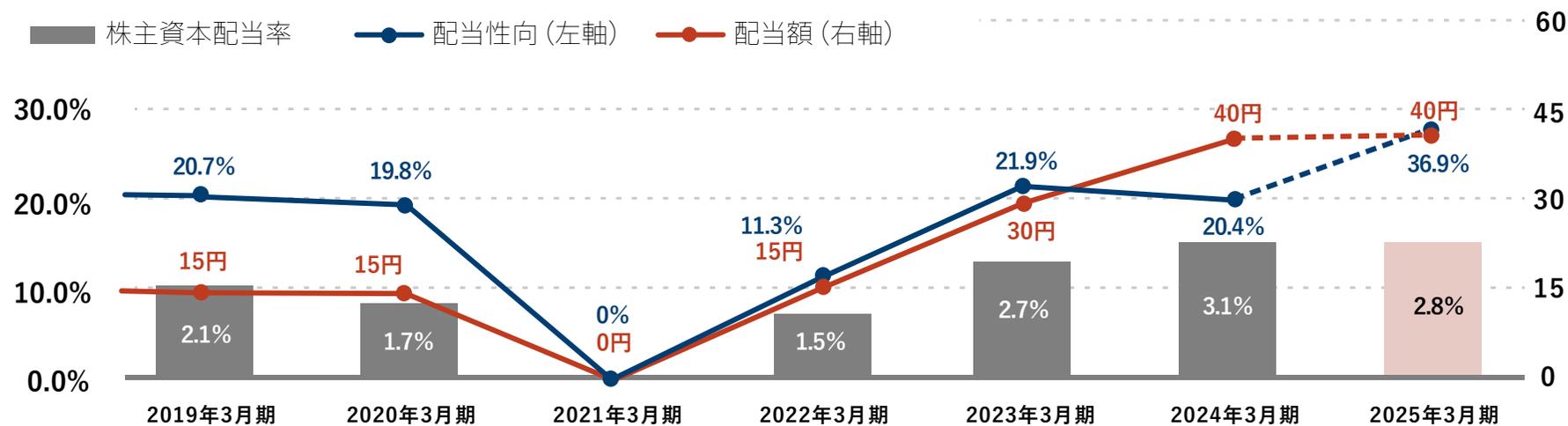
(単位：百万円)



2025年3月期 通期 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。



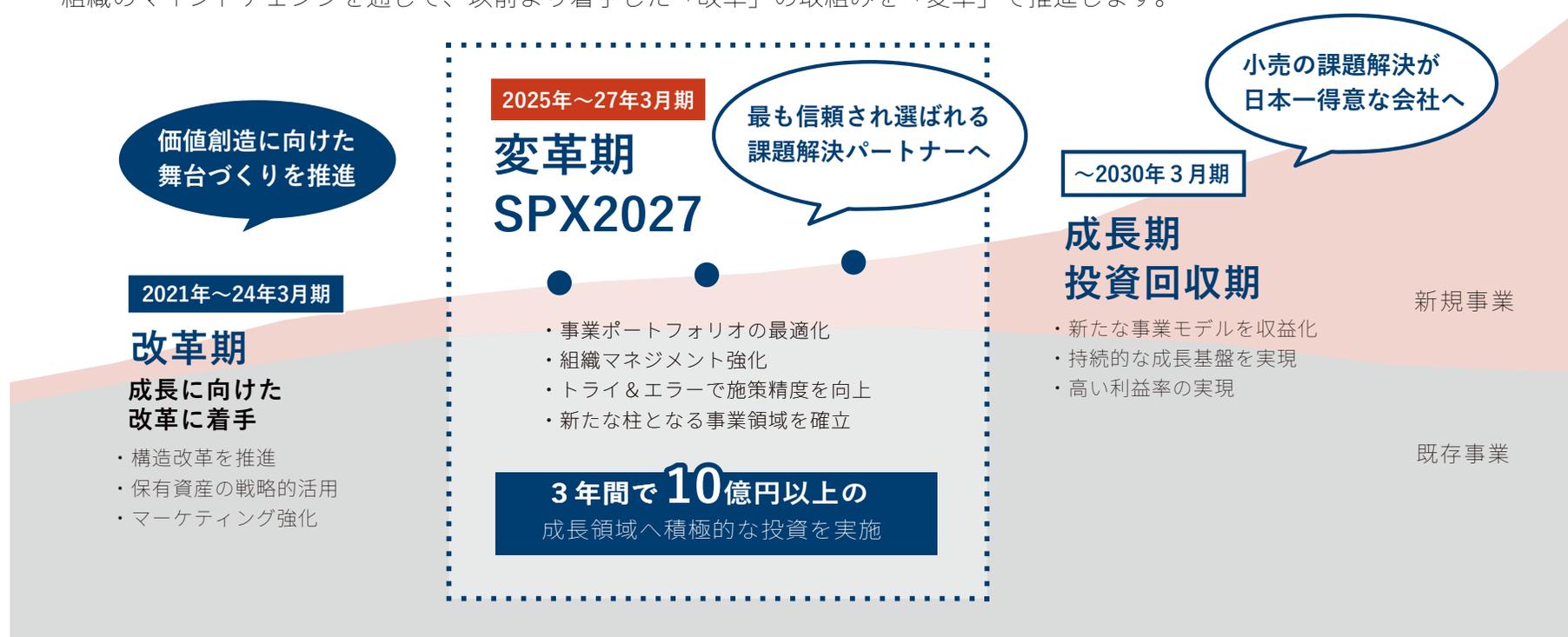
アジェンダ

- 1 2025年3月期 通期 決算概要 P4
- 2 SPX 中期経営計画2027の進捗 P8
- 3 2026年3月期 業績予測・取組み P14
- 4 Appendix P22

SPX 中期経営計画2027の位置づけ

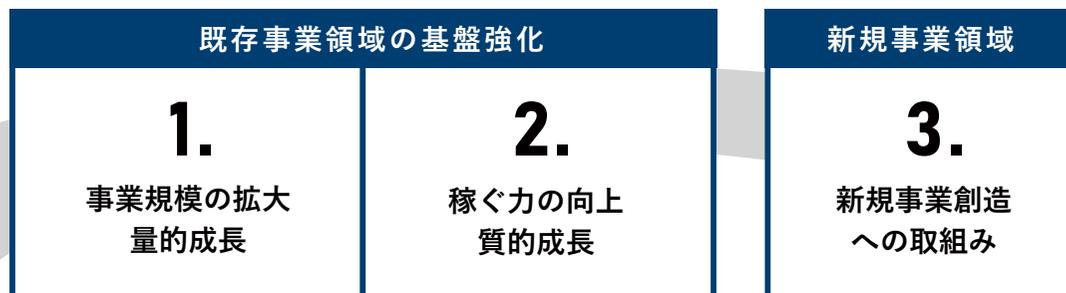
販促に新たな風を吹き込み、持続的な成長の礎を築きます

2025年～27年3月期は、持続的な成長をしていくための「変革期」と位置付けし、事業のシフトチェンジと、組織のマインドチェンジを通じて、以前より着手した「改革」の取組みを「変革」で推進します。



SPX 中期経営計画2027 戦略の骨子

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んでいく



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。



SPX 中期経営計画2027の進捗

付加価値の向上を目指して既存事業領域の基盤を「質と量」共に強化

重点テーマ	主な取組み	評価
<p>量的成長 ～事業規模の拡大～</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●既存顧客への課題解決ヒアリングの精度が悪い →新サービスの取りこぼしにより計画未達 ●次年度に向けた新規開拓が進むも、事前コストのみ増加 →新たに4社の新規大型受注が決定したが利益貢献は来期以降 	×
<p>質的成長 ～稼ぐ力の向上～</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●企画・制作部門の業務改善施策により、生産性が改善 →今年年間9,081時間の削減(前年は8,366時間削減) ●各工場への大型投資により、生産効率が向上 →年間印刷枚数が、埼玉工場8%up・和歌山工場12%up(前年比) ●基幹システムの刷新により原価管理の精度向上 →適正な原価の把握が可能となり、戦略的な価格転嫁に繋がる 	◎

SPX 中期経営計画2027の進捗

急速に変化し多様化する小売のビジネス環境に適応し、次の成長の礎となる新たな事業を探索

重点テーマ	主な取組み	評価
<p>新規事業領域への取組み</p> <p>上流まで支援を拡大 小売流通業 ソリューションの提案を広範囲かつ課題の上流へ拡大</p> <p>業種範囲を拡大 ・各種メーカー 需要増加のマーケティング提案を拡大 ・卸売業 経済変動や多様化に伴い提案機会を拡大</p> <p>販売チャネルを拡大 異業種と連携強化 コンテンツ制作や独自システム開発など、連携を通じた積極的な協働を推進</p>	<p>●小売業の課題に対応出来る独自ソリューションを展開 →小売業後方部門の生産性改善に繋がる提案を進め 大型受注に繋がる また、改善サービスを通じて他の販促資材も受注拡大</p> <p>●メーカー・卸売業へ販路拡大 →小売業向けに確立したマーケティング手法を活用し、 メーカー・卸売業 7社と新規取引開始</p> <p>●デジタルマーケティングにおける協業の推進 →データ活用や広告最適化に強みのある企業と連携強化。 委託範囲を見直すことで社内の業務負荷を軽減。</p>	<p>○</p>

SPX 中期経営計画2027の進捗

持続的な成長基盤となる、多様な人材の自律的成長を促すマネジメント体制を整備

重点テーマ	主な取組み	評価
マネジメント 体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●各種研修プログラムを拡充 <ul style="list-style-type: none"> ・職位や役割の醸成を目的として、役職別研修を実施 ・従業員のスキル向上を目的として、eラーニングシステムを導入 ●マネジメント人材の不足 <ul style="list-style-type: none"> ・新規大型受注が複数同時進行となり、工程管理に課題が残る 	
ESG経営の実践	<ul style="list-style-type: none"> ●持続可能な社会の実現に向け、ESGの取組みを強化 <ul style="list-style-type: none"> ・埼玉工場に続き和歌山工場へ太陽光発電システム導入 ・職業観の芽生えを支援する「MIRAIZ」の立上げ(中学生職場体験) ・ガバナンスの強化を目的として監査等委員会設置会社へ移行 	

アジェンダ

- 1 2025年3月期 通期 決算概要 P4
- 2 SPX 中期経営計画2027の進捗 P8
- 3 2026年3月期 業績予測・取組み P14
- 4 Appendix P22

2026年3月期通期 業績予測

収益面は、今期受注した4社の新規大型案件を計画通りに進める。

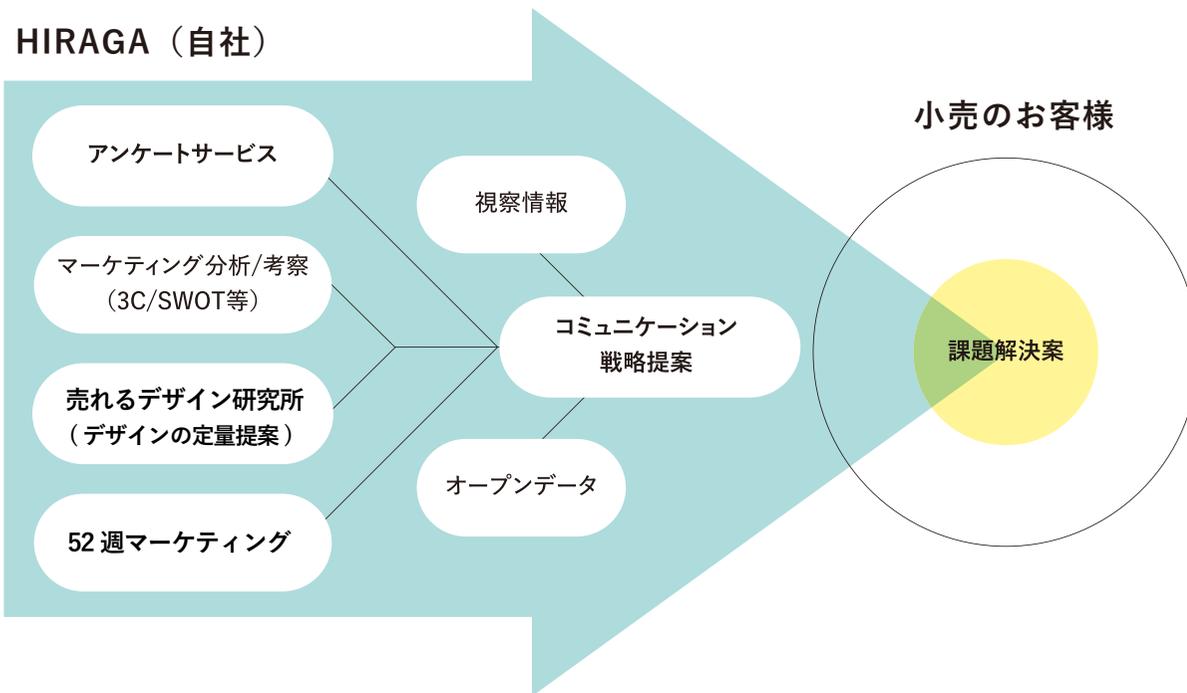
また、今期取りこぼした既存顧客への提案を確実に進めることで増収を見込む。

利益面は、人材開発や処遇改善、設備投資を継続することで微増に留める。

(百万円)	2025年3月期 実績	2026年3月期 業績予測	前年比	増減率	2027年3月期 予測
売上高	9,792	10,400	+ 607	6.2%	11,000
営業利益	365	400	+ 34	9.5%	610
経常利益	437	470	+ 32	7.3%	680
純利益	311	330	+ 18	5.8%	480

2026年3月期通期の取組み サービス紹介①

小売業界に精通した平賀の経験知とリソースをフル活用し、課題抽出から効果検証までトータルでサポート。



事業規模拡大

販促コンサルティング

当社の強みを活かしたトータル提案

コミュニケーション 戦略提案

今期は当社の強みを活かした、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。顧客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するために、来期も企業コンペティションに積極的に参加します。

2026年3月期通期の取組み サービス紹介②

経営効率改善

販促コンサルティング

当社の競争優位性の源泉

52週マーケティング

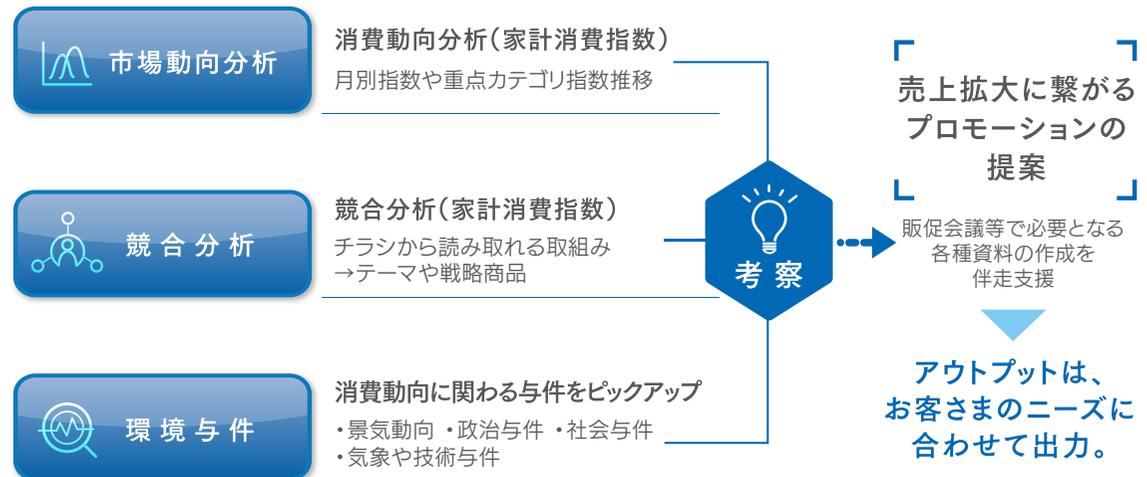
1年=52週=365日、人はいつ、何を求めて、何を購入するのか？長年チラシを作ってきた当社だからこそ、見えてくるものがあります。消費者の動向、自社・他社を取り巻く環境の分析に基づいて作成された、独自の「52週販売計画」が、お客様の新たな武器になると好評を得ています。来期は、マーケティングデータの精度と、販促計画の利便性を向上させるとともに、マーケティングデータに基づく営業活動を積極的に展開し、お客様の収益改善をサポートします。

2025年3月期
4Qの成果

新たに9社ご支援を開始
(小売流通業：7社 メーカー：2社)

導き出されたマーケティングデータは、当社の営業活動の根幹。

市場分析・競合分析+環境与件分析から、
シーズンMD計画のプロモーションをご提案。



守秘義務契約を交わしたお客様には、購買データ分析もご支援します。

2026年3月期通期の取組み サービス紹介③

2025年3月期
4Qの成果

新たに4社と契約 2社へ提案中

経営効率改善

販促コンサルティング

デジタル化促進

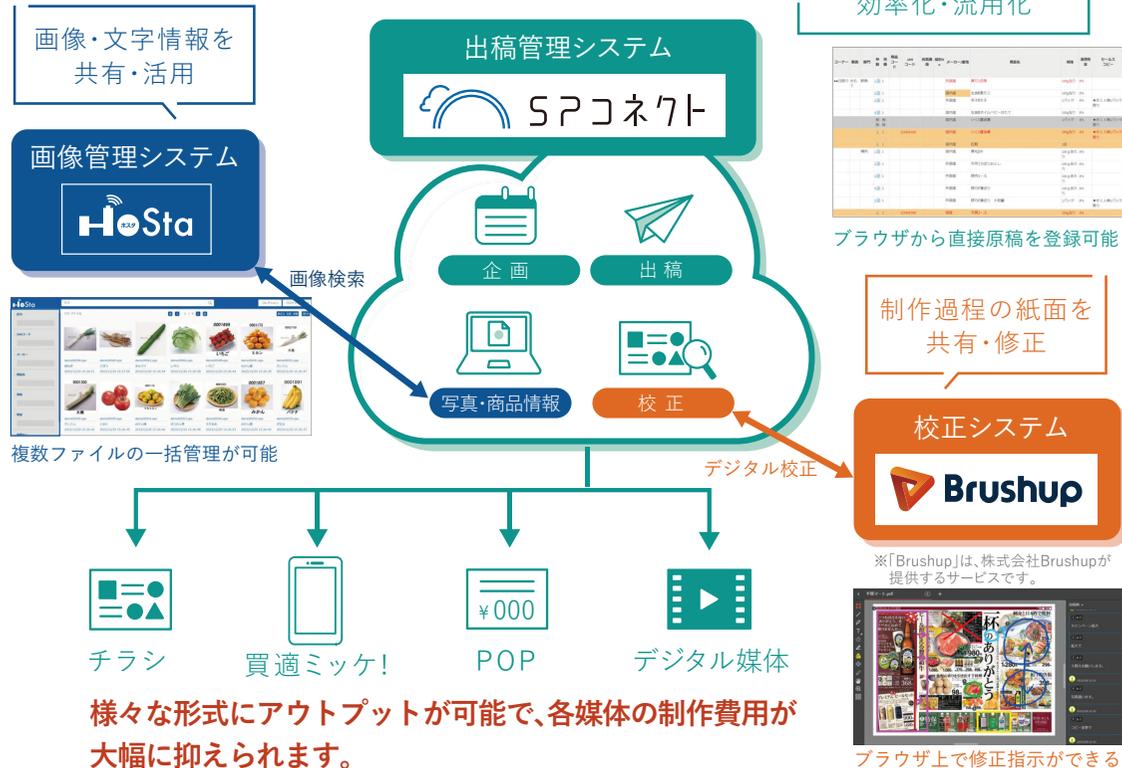
販促物制作業務の効率改善

業務改善サービス

当社の開発した出稿管理システム「SP コネクト」が、大手小売企業数社の制作業務の改善に繋がりました。また、今期中に受注が確定した新規のお客さまの多くは当システムも導入する計画で、お客様側の改善のみならず、社内の生産性改善に繋がる体制を構築します。来期は、当システムからのアウトプット機能を強化し、お客さまの制作費用を抑えることで経営効率の改善に貢献します。

3つのサービスの連携が強化され、効率化の可能性拡大。

業務の全体が見える化
効率化・流用化



様々な形式にアウトプットが可能で、各媒体の制作費用が大幅に抑えられます。

ブラウザ上で修正指示ができる

Copyright © HIRAGA Corporation All Rights Reserved. | 17 |

2026年3月期通期の取組み サービス紹介④

デジタル化促進

販促コンサルティング

今日のお買得がひと目でわかるデジタルチラシ

買適ミック!

※「買適ミック!」は株式会社平賀の登録商標です。

スマホ対応の最適化インターフェースを備え、SNSやYouTube、位置情報を活用したジオターゲティング広告など、マルチチャネルのマーケティングで、チラシを読まない若年層にも効果的にアプローチ。また、クーポンやキャンペーンへの直接アクセスが可能な外部リンク機能で販促活動を効率化します。さらに、当社独自のシステム「業務改善サービス」と連携することで、納期短縮とコスト削減を実現。来期は効果測定を行う分析ツールなど、便利な付加価値の実装を計画しており、継続的な成果を伴走支援します。

簡単操作で商品を探しやすく。スワイプ主体でストレスフリーな操作感。

1 アクセスしたその日のセール情報を表示

11/1にアクセスした場合



2 部門(カテゴリ)と分類(サブカテゴリ)で商品情報を整理



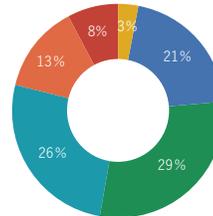
3 上から下へ視線の動きに合わせたレイアウトで商品を配置



買い物が楽しくなる買適機能を順次搭載。

数値データを元にデジタルチラシの効果検証。

- ①基本測定:総ユーザー数・セッション数・平均エンゲージメント時間
- ②ユーザー測定:性別・年代・リンク元URL(何処から流入したか)
- ③アクション測定:お気に入り数・クーポン利用数・バナー表示数



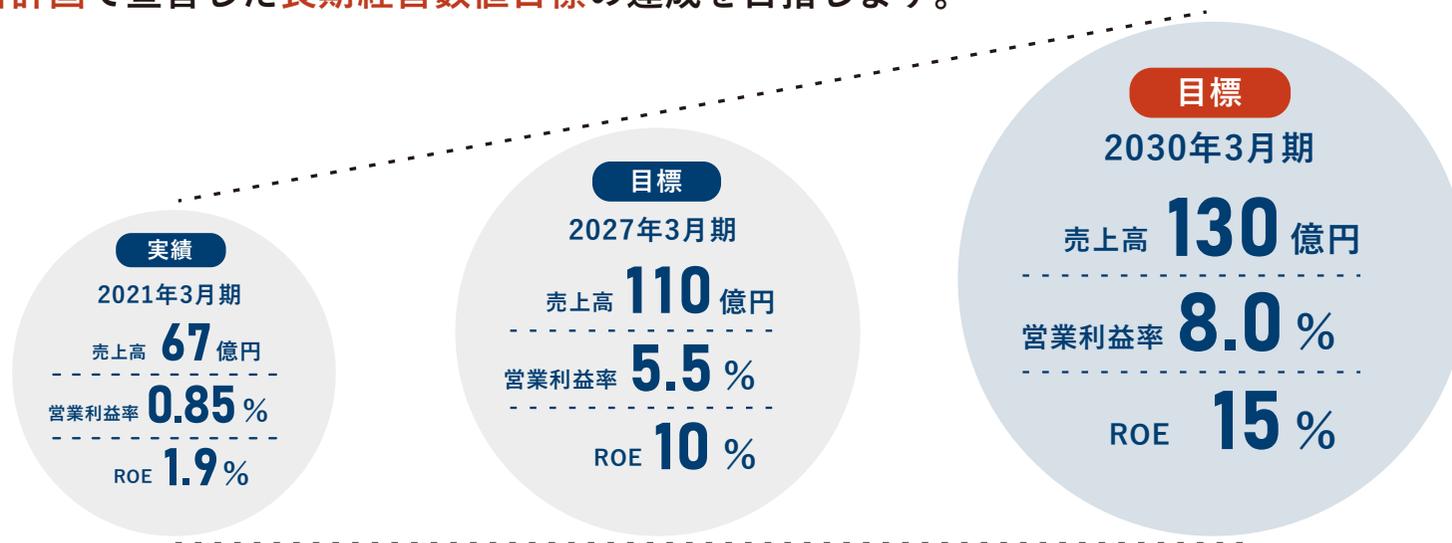
年齢	ユーザー	セッション数	エンゲージメント
18-24 歳	474	1,340	5.36
25-34 歳	3,022	8,998	5.36
35-44 歳	4,279	13,700	5.75
45-54 歳	3,833	12,449	5.8
55-64 歳	1,960	6,089	5.72
65+ 歳	1,127	3,221	5.73

来店計測機能など、新たな付加機能を開発中!

長期経営数値目標 < 2030年目指す姿 >

次年度に向けて複数の新規大型受注の獲得に成功。

今後も的確なデータ分析と多彩なスキルを活用し、新規事業の創出を続けることで
中期経営計画で宣言した長期経営数値目標の達成を目指します。



【背景】 今後、国内では本格的な人口減少と共に、時短ニーズの増大や消費形態の多様化など、小売業の課題も一層多様化していくことが見込まれます。これらの環境変化に応じたサービスを開発し提供することで、市場拡大が想定されます。また世帯構成やライフスタイルの変化を背景としたニーズの増大や消費形態の多様化などが生み出す新たな価値も見込まれます。一方、持続可能な社会の実現に向けて、企業に対する期待と要請は一層多様化、高度化していくことでしょう。このような環境認識のもと、新たなミッションとビジョンに基づき、2030年の目指す姿を策定しています。

アジェンダ

- 1 2025年3月期 通期 決算概要 P4
- 2 SPX 中期経営計画2027の進捗 P8
- 3 2026年3月期 業績予測・取組み P16
- 4 Appendix P21

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 期末	前期末差	主な増減内容
流動資産	3,991	4,429	3,981	△ 447	・ 現預金△190 ・ 受取手形、売掛金、契約資産△204
固定資産	2,594	3,555	3,218	△ 336	・ 投資有価証券△256
資産合計	6,586	7,984	7,200	△ 784	
流動負債	2,383	3,072	2,334	△ 738	・ 未払金△415 ・ 電子記録債務△107 ・ 買掛金△86
固定負債	833	773	723	△50	
負債合計	3,216	3,845	3,057	△ 789	
株主資本	3,221	3,699	3,896	196	
評価・換算差額等	148	439	246	△ 192	・ その他有価証券評価差額金△190
純資産	3,369	4,138	4,142	3	
負債純資産合計	6,586	7,984	7,200	△ 784	
自己資本比率	51.2%	51.8%	57.5%	5.7%	

Appendix キャッシュ・フロー計算書

	(百万円)	2024年3月期 期末累計	2025年3月期 期末累計	増減	当期実績の主な内訳
営業活動によるキャッシュ・フロー	600	548	△ 51	・ 税引前利益437 ・ 減価償却296 ・ その他収入、支払等の増減△185	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 343	△ 532	△189	・ 固定資産の取得△522	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 126	△ 205	△79	・ 借入金返済△90 ・ 配当金支払△115	
現金及び現金同等物の増減額	130	△ 190	△320		
現金及び現金同等物の期末残高	2,446	2,256	△190		
フリーキャッシュ・フロー	257	15	△ 241	(営業CF + 投資CF)	

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