

小売流通の

今日を見つめ、

明日をデザインする。

BUSINESS REPORT

70期報告書
2024.4.1 > 2025.3.31

ごあいさつ

小売の課題解決が、日本一得意な会社へ

平素より格別のご支援とご厚誼を賜り、心より御礼申し上げます。
おかげさまで、2025年3月期の決算を無事に終えることができました。
これもひとえに、株主の皆さまをはじめとするステークホルダーの
皆さまのご理解とご高配の賜物であり、深く感謝申し上げます。

当期は、上期にかけて新規顧客の獲得や生産性の向上が進み、
堅調なスタートを切ることができました。一方で、下期には外部環境
の変化により、一部顧客の販促需要が減少傾向を見せるなど、
業績にも影響が及びました。

こうした中で、当社は中期経営計画「SPX2027」の初年度として、
将来を見据えた取り組みを着実に進めてまいりました。一例として、
小売業界の課題に寄り添った提案活動を通じ、大型案件を受注
するなど、未来に明るい展望を描ける成果も生まれています。

私たちは、変化を恐れず、継続的な変革を推進することで、事業
の質と量の両面から成長を目指し、販促・印刷業界におけるオン
リーワン企業として、業界の活性化に貢献してまいります。

今後も、ステークホルダーの皆さまのご期待に応えられるよう、
持続可能な成長に向けて着実に歩みを進めてまいります。

引き続き、変わらぬお引立てとご鞭撻を賜りますよう、何卒
よろしくお願い申し上げます。

2025年6月 代表取締役社長 中前 圭司



財務ハイライト

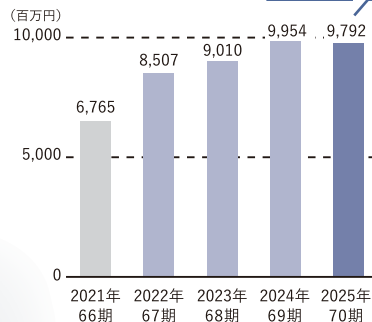
上期好調も、下期の外部環境変化により減収減益で着地

売上高は97億92百万円(前期比1.6%減)となりました。経費面で、人件費や償却費の増加、新規受注に伴う事前コストの発生などにより、営業利益は3億65百万円(前期比26.1%減)、経常利益は4億37百万円(前期比22.5%減)、当期純利益は3億11百万円(前期比44.8%減)となりました。なお、財務の健全性を示す自己資本比率は、引き続き優良企業の目安である50%を上回る57.5%を維持しています。

■ 売上高

9,792百万円

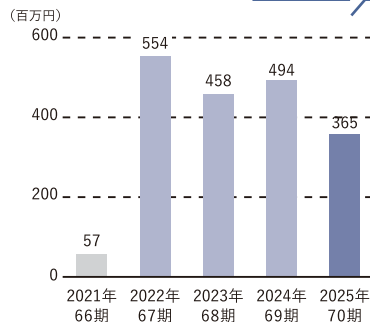
前期比
1.6%減



■ 営業利益

365百万円

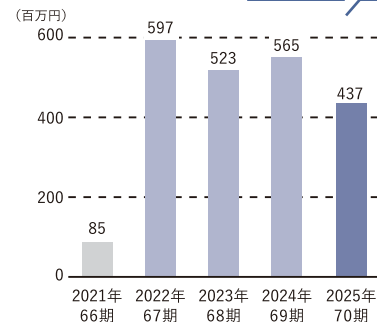
前期比
26.1%減



■ 経常利益

437百万円

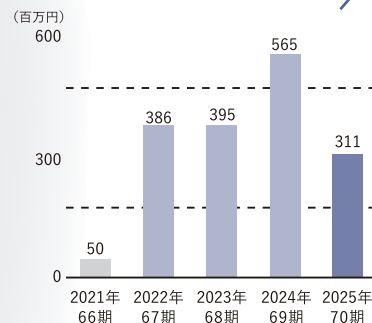
前期比
22.5%減



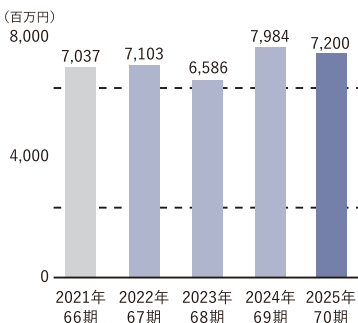
■ 当期純利益

311百万円

前期比
44.8%減

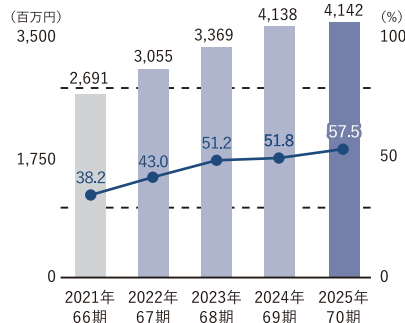


■ 総資産 **7,200**百万円



■ 自己資本 **4,142**百万円

自己資本比率 **57.5%**



小売の課題解決のパートナーとして、 選ばれ続ける存在であるために。

Q1 当期(2025年3月期)の事業環境と 業績の概要を教えてください。

■ 年度後半に外部環境の変化による影響を受け、
最終的には減収減益で着地しました。

中期経営計画SPX2027の初年度である当期、小売業界ではインバウンド需要拡大の一方で、仕入れ価格の高騰や労働力不足が経営を圧迫しました。また、実質賃金の伸び悩みにより生活防衛意識が高まる反面、高付加価値商品への支出が見られるなど、消費の二極化が顕在化しました。印刷業界においては紙媒体の需要減少と原材料高騰が課題を深刻化させています。

このような背景の中、当社はクライアント個々の課題解決に注力しました。前期は、順調な新規顧客の獲得と生産性の向上によって増収増益を達成し、投資によるコスト増加分を吸収することができました。しかし、下期になると、一部の大手小売顧客では、建築コストの上昇を受けて新店や改装計画を縮小する動きが見られ、それに伴い当社への販促施策の発注も減少しました。加えて、既存顧客に向けた新サービスの営業拡大が遅れ、業績に一定の影響を与えました。その結果、売上高は97億92百万円(前期比1.6%減)、経費面では人事施策による販管費や新規投資による償却費などが増加したこと、並びに新規受注の事前コストが発生した影響もあり、営業利益は3億65百万円(前期比26.1%減)、経常利益は4億37百万円(前期比22.5%減)、当期純利益は3億11百万円(前期比44.8%減)で最終的に減収減益となりました。

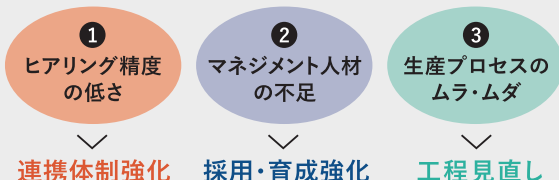
Q2 当期、直面した課題について お聞かせください。

■ ヒアリング精度の低さ、マネジメント人材の不足、
生産効率の更なる改善です。

事業環境の変化が激しい中、課題のヒアリング精度の低さが原因で、クライアントの真のニーズを十分に捉えきれなかったと感じる場面がありました。これが提案機会の逸失につながり、一部では売上の減少を招く結果となりました。これらを教訓とし、現在は部署を横断し連携しながら、顧客理解の精度と対応力を高めるための体制強化を進めています。

さらに、新規大型受注案件を進めた際にマネジメント人材が不足するなど、工程管理上の課題も顕在化しました。これを受け、マネジメント人材の育成や採用に注力し、効率的な工程管理とコスト削減を実現するための体制づくりを積極的に進めています。また、生産効率にも依然として様々な課題があり、更なる改善を進めています。これらの課題は、成長に向けて乗り越えるべき重要なポイントだと考えています。

3つの改善ポイント



Q3 そのような中、手応えを感じた 取り組みや成果はありますか？

**当社の強みをフルに活かし、
複数の大型案件を獲得しました。**

当期は企業コンペに積極的に参加し、小売課題の解決を軸とした包括的なコミュニケーション戦略の提案を通じて、複数の大型案件を獲得しました。これらの多くは、当社の業務改善システムの導入計画に基づいています。これにより、販促全体の受注拡大が期待されるだけでなく、クライアントの業務効率化と、当社の生産性向上を同時に実現する体制を築いています。

新たなサービス開発も順調に推移しました。

デジタル技術を活用した「店舗ポテンシャル分析」や、自社開発のデジタルチラシ「買適ミッケ!」などの新サービスが高い評価をいただいています。当期では、これらのサービスを試験導入したお客さまが本格導入に向けて動き始めており、今後のさらなる展開が期待されます。

メーカー・卸売業への販路も拡大しました。

当期は、当社がこれまで小売業向けに確立したマーケティング手法を活用してメーカー・卸売業への販路を拡大。新たに7社との新規取引を開始しました。店内販促活動やWEB展開を含む総合的なプロモーション支援により売上拡大に貢献し、クライアントからも高い評価を得ています。

当期はこれらの取り組みや成果を通じて、当社の“課題解決パートナー”としての存在感の高まりを感じました。今後も課題解決を通じて付加価値を創出し、その価値を連鎖的に拡大し強化することで、「小売の課題解決が日本一得意な会社へ」の実現を目指していきます。



食品シールを手がける和歌山工場。写真は、たまごの“顔”となるパッケージ用シールの型抜き加工の様子です。稼働率は前年比12%増と、生産性の改善が進行中です。

Q4 改善・効率化の中で、特に効果があった 取り組みがあったら教えてください。

**稼働率が向上し、
印刷枚数が過去最高を更新しました。**

製造業務を担う工場では、前期に行った大型投資の効果が顕著に現れ、年間印刷枚数は埼玉工場で8%増、和歌山工場で12%増(共に前年比)と、いずれも過去最高を記録しました。内製化がさらに進み、最新機導入による損紙の削減も相まって、トータルで約8,200万円のコスト削減に繋がるなど、実質的な成長が着実に進んだ一年となりました。

制作工数の大幅な削減を実現しました。

制作体制の要となる企画・制作部門において、RPA推進により生産性が大きく向上し、年間で9,081時間の工数削減を実現(前年は8,366時間削減)しました。また、これに伴い人的ミスの減少や心理的な作業負担の軽減により、社員が本来の業務に集中しやすい環境が整い、業務効率と品質の双方が向上しました。

Q5 投資について教えてください。

■ 持続的な成長を見据え、ソフト・ハード両面での積極的な投資を行いました。

具体的に、ソフト面では、賃上げを実現しました。また、役職別研修の充実やeラーニングシステム、エンゲージメント向上を図るためのサービスの導入で働く環境の質的向上に取り組みました。ハード面では、新サービス開発への投資をはじめ、和歌山工場への太陽光発電システム導入、本社ビルの修繕工事など、事業基盤の強化に向けた設備投資を推進しました。

Q6 翌期についてお聞かせください。

■ 計画を着実に進め、戦略的な投資を実行し、未来に向けた成長基盤の構築を継続していきます。

新たな4社の受注案件の計画的な推進と、既存顧客への提案力の強化に取り組みます。実現の鍵となるのが、顧客との関係性の深化と、提供サービスの継続的な進化です。また、翌々期以降を見据えた“種まき”と“布石”も着実に進めていきます。新たな顧客との接点を広げ、価値創造を通じて、未来に向けた成長基盤を着実に築いていきます。そうした取り組みを力強く支えるべく、ソフト・ハード両面での投資を継続し、その効果の最大化を目指していきます。

以上を踏まえて、翌事業年度の業績見通しは以下の通りです。

定量目標

売上高	104億円
営業利益	4億円
経常利益	4億70百万円
当期純利益	3億30百万円

重点施策

- ①営業戦略の強化とクライアントエンゲージメントの向上。
- ②競争力と生産性の総合的向上。
- ③新規事業の創出と戦略的パートナーシップの拡張。
- ④効率かつ革新を通じた生産性の向上。
- ⑤多様性と包括性に基づく人材戦略の推進。
- ⑥持続可能なガバナンスと企業価値の最大化。

Q7 配当について教えてください。

■ 2025年3月期の配当は、前回予想を据え置き40円とします。

当社は、企業体質を強化し持続的な成長を実現するため、内部留保を充実させながら適正かつ安定的な配当の継続を基本方針としています。当期は減収減益の業績に基づき、配当額は前回予想を据え置き、昨年と同額の40円とさせていただきます。

1株当たりの年間配当金

2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
15円	30円	40円	40円

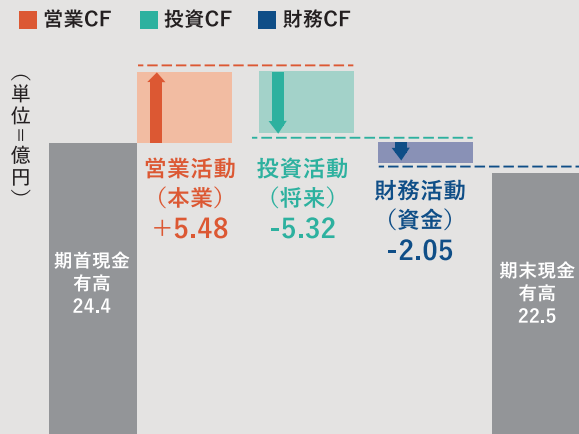
Q8 株主の皆さまへ、メッセージをお願いします。

■ 長期にわたって保有していただけるよう、利益成長を目指します。

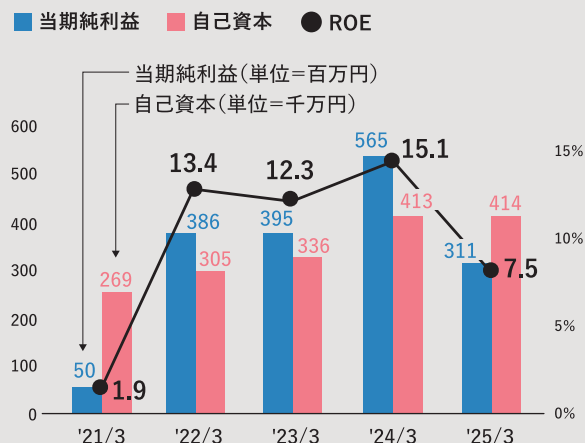
今後多くのクライアントに向き合い、持続的な成長と企業価値の向上を通じて、社会の発展に貢献できるよう、全社一丸となり多様な課題解決に積極的に取り組んでいきます。皆さまと共に成長し続ける企業として、末永くご支援いただけますと幸いです。

当期キャッシュフローとROE（資本効率）の推移

攻め（成長投資）と守り（財務健全性）の両立を継続し、SPX2027の最終年度にROE10%以上を目指します。



当期もキャッシュ生成能力を維持しながら、成長のための設備やシステム、及び人的資本への積極投資を実施しました。また、会社の資金調達と返済と配当を通じて、株主さまへの還元も行い、安定した財務基盤の維持に努めています。



資本効率を示すROEは、前期は税優遇の影響もあり高水準を維持しました。しかし、当期は人件費の増加や一時的なコストの発生に加え、自己資本の増加・自己資本比率の上昇も重なり低下しました。

SPX

SALES
PROMOTION
TRANSFORMATION

中期経営計画2027

第70期：2025年3月期 ▶ 第72期：2027年3月期



詳しくは
こちらを
ご覧ください

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」の取り組みを「変革」で推進します。

価値創造に向けた
舞台づくりを推進

2021年～24年3月期

改革期

- ・構造改革を推進
- ・保有資産の戦略的活用
- ・マーケティング強化

2025年～27年3月期

変革期SPX2027

最も信頼され選ばれる
課題解決パートナーへ

- ・事業ポートフォリオの最適化・組織マネジメント強化
- ・トライ&エラーで施策精度を向上・新たな柱となる事業領域を確立

中期目標 [2027年3月期]

営業利益
6億円以上

ROE
10%以上

配当性向
30%以上

株価純資産倍率
PBR1.0倍
以上

～2030年3月期

成長期投資回収期

- ・新たな事業モデルを収益化・持続的な成長基盤を実現
- ・高い利益率の実現

長期目標 [2030年3月期]

売上高 130 億円

営業利益 10億40百万円以上

営業利益率 8.0% ROE 15%以上

小売の課題解決が
日本一得意な会社へ

2030年、小売の課題解決が日本一得意な会社へ。

企業価値の持続的向上を実現する、SPX。

1 調査・分析

小売に精通したマーケターが、クライアントの今を「自社」「競合」「商圈」の3つの視点で緻密に調査・分析。潜在的な課題を可視化します。

戦略

デジタルとアナログの最適配分はおまかせ
地域特性を捉えた
販促戦略を構築

SPXの価値改善サイクル



2 企画・設計

課題を解決に導き、実効性の高い仮説を立て、最適なメディアミックスと魅力的な顧客体験を企画・設計。企業価値を向上する施策をご提案します。

営業 改善 施策 収益

今いちばん効果的な販促戦略をご提案
52週マーケティング

今日のお買得がひと目でわかる
デジタルチラシ 買適ミッケ!

LINEの販促活用をサポート
LINE集客サービス(+LINKS)

企画から運営までまるごとおまかせ
キャンペーン支援サービス

付加価値を高め、ファン化を促進
商品ブランディング

売上も、ブランド力も、アガる
動画コンテンツ

ターゲットに最適な個別の情報をお届け
PDM(顧客データ活用)

業務 改善 施策 DXによる

販促物の制作業務を劇的に改善
オンライン販促物制作支援

(SPコネクト、Hosta、Brushup)
地域ごと、店舗ごとのニーズに対応
店別販促サポート

クライアントが社会に提供し歓迎される本質的な価値、競争優位性の高い価値を生活者視点で抽出。SPXの価値改善サイクルを回し続けることで、企業価値のブラッシュアップを繰り返し、ブランドの強化と発展に貢献します。

3 実行・管理

立案した計画に基づき、クリエイティブ力の高い販促施策を実行。細かなところまで配慮が行き届いた管理で、小売の現場に伴走します。

支援
援走

成功体験の共創に向けて
施策実行と効率化をサポート

4 効果検証

実施した施策の効果を検証しフィードバック。次なる一手をプランニングする際の有効な材料とし、改善サイクルを運用、最適解を追求し続けます。

施策の
見直しと改善

戦略的な判断を的確にサポート
店舗ポテンシャル分析
非来店客・ライトユーザーの来店を促進
アンケート分析
その販促物、ちゃんと効いてる？
売れるデザイン研究所

システム

SPX 新サービスの紹介

折込チラシでリーチできなかったターゲットに、ピンポイントで特売情報を配信！

デジタル
チラシ

買適ミッケ！

WEBチラシは
紙のチラシ
そのままで見づらく、
アクセス数が
伸びない。

MZ世代向けの
企画を打っても、
情報がターゲットに
届かず不発。

- 原稿のみで特売情報をかんたん自動生成
- PDFチラシに比べて、大幅に視認性UP
- チラシのリーチ率の効果検証が可能

買適ミッケ！の配信エリアや、
折込チラシの配布エリアを最適化！

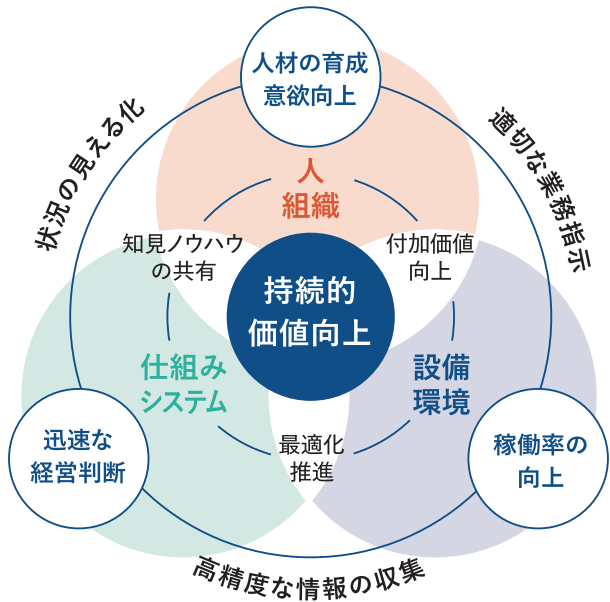
連携で効果を
最大化！

店舗ポテンシャル分析

- 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

未来を見据えたESG・SDGsへの取り組み

「小売の課題解決が、日本一得意な会社へ」というビジョンのもと
新たな仕組みの導入や多様な活動を通じて価値を創造し、
持続可能な社会の発展に貢献することを目指します



脱炭素経営の促進



2つの工場に太陽光発電システムを設置



埼玉工場の屋上の太陽光パネル(2023年撮影)



和歌山工場屋上の太陽光パネル(2025年撮影)

設置場所／埼玉工場屋上
(埼玉県新座市本多1丁目13番9号)

太陽光パネル設置面積	440.04㎡
発電容量	90.00kW
年間発電量	91,756kWh
年間CO2削減量	36.52 t/年

設置場所／和歌山工場屋上
(和歌山県日高郡日高川町江川6-1)

太陽光パネル設置面積	304㎡
発電容量	69.62kW
年間予想発電量	82,954kWh
年間予想CO2削減量	28.2 t/年

顧客満足度向上×働く環境改善



2拠点にオンデマンド機を計5台、新たに配備

埼玉工場に3台、和歌山工場に2台、オンデマンド印刷機の大型設備投資を実施。
2拠点に同一機種印刷機を導入したことで、全国に展開する小売店舗
ごとに最適化した販促物の配送を、より最適なコスト・スピード・品質でご提案で
きる体制を整えました。また、高速印刷や精度の高い色調整、長時間稼働に対応
する耐久性の向上により、現場の作業環境改善にも寄与しています。



和歌山工場に配備された最新鋭機

総合生産性

1.5倍増
(予測値)

埼玉工場 3台 × 和歌山工場 2台

事業継続計画 BCPも強化

ひとへ、社会へ、未来へ 持続的な成長に向けた取り組み



持続的な成長基盤となる、一人ひとりがイキイキと働く環境づくりを推進

未来をつくる成長を後押し

- ・キャリアパスの多様化
- ・積極的な新卒採用

9期連続で新卒採用を継続実施



若手社員がイキイキと活躍しやすい環境を推進

意欲とエンゲージメント向上

- ・人事関連制度の積極更新
- ・エンゲージメントサーベイ wevox導入

月1回エンゲージメントを測定解析



分析 + AIで、組織に「きづき」を起こすサイクルを促進中

健康経営の推進

- ・安全で快適な環境の整備
- ・柔軟な働き方の促進

- 事例
- ・育休復職ケア面談実施
 - ・WEBトレーニングプログラム導入
 - ・副業解禁・テレワーク推進など



育休復職ケア面談後に、笑顔の一枚

多様な力で、共に成長へ

2024年11月より、埼玉工場では海外からの技能実習生を迎え入れました。実習生の中には「母国に印刷工場を作りたい」と熱い想いを語ってくれる方も。彼らは先輩のフォローやサポートを受けながら、異なる言語や文化の壁を越え、共に成長を目指しています。



未来を支える「人づくり」への貢献

中学生職場体験 MIRAIZ

2023年よりスタートしたMIRAIZ。小売店の視察や弊社従業員との協働作業を通じて、中学生がふだんの学校生活では得られない働くことの喜びや厳しさをリアルに体験する場を提供し、職業観の芽生えを支援する地域貢献活動です。



バレンタインをテーマにそれぞれが描いたイラスト入りクリアファイルをもって記念撮影



中学生のアイデアが光る「手前どりPOP」



活動は若手社員が中心となって実施



中学生による社長インタビューの1コマ

会社案内リニューアルのお知らせ

この度、当会社案内(冊子)を中期経営計画SPX2027に基づきリニューアルいたしました。デザインやトーンを一新し、より見やすく、統一感のある内容となっています。さらに、サステナビリティへの取り組みなどの情報も一層充実させ、新たなサービスも多数追加いたしました。弊社ホームページよりダウンロードいただくことも可能です。ぜひ、ご覧ください。



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
基準日	定時株主総会 毎年3月31日 期末配当金 毎年3月31日 中間配当金 毎年9月30日 そのほか必要あるときは、あらかじめ公告して定めた日

株主名簿管理人及び特別口座の口座管理機関

東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社

株主名簿管理人事務取扱場所

東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

郵便物送付先 〒168-0063
東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

電話照会先 ☎ 0120-782-031

インターネットホームページURL

<https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/>

株式に関する住所変更等のお手続きについてのご照会

証券会社の口座をご利用の株主さまは、三井住友信託銀行株式会社ではお手続きができませんので、取引証券会社へご照会ください。証券会社の口座をご利用でない株主さまは、上記電話照会先までご連絡ください。

特別口座について

株券電子化前に「ほふり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていなかった株主さまには、株主名簿管理人である上記の三井住友信託銀行株式会社に口座(特別口座といいます。)を開設しております。特別口座についてのご照会及び住所変更等のお届出は、上記の電話照会先をお願いいたします。

公告方法

当社のホームページに掲載いたします。
(<https://www.pp-hiraga.co.jp/>)

上場証券取引所 株式会社 東京証券取引所 スタンダード市場