

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## ロジガード

4391 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年3月15日(金)

執筆：客員アナリスト

清水陽一郎

FISCO Ltd. Analyst Yoichiro Shimizu



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2024年6月期第2四半期の業績概要	01
2. 2024年6月期の業績見通し	02
3. 中期経営計画の概要	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容	04
3. 特徴と強み	07
4. 事業環境	08
■ 業績動向	09
1. 2024年6月期第2四半期の業績概要	09
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
■ 中長期の成長戦略	12
1. 中期経営計画の概要	12
2. 具体的なトレンドと対応方針	13
■ 株主還元策	15

## 要約

### 2024年6月期第2四半期も主力のクラウドサービスが好調、BtoB顧客の獲得も着実に進捗

ロジザード<4391>は小売業、流通業、メーカー、3PL企業を主要な顧客とし、在庫管理を支援するシステムの販売とそれに付随するサービスを提供している。同社が提供するシステムは、倉庫の在庫管理を支援する「ロジザードZERO」、店舗の在庫管理を支援する「ロジザードZERO-STORE」、複数店舗・倉庫の在庫を一元管理することによって効率的な在庫管理と物流の実現を支援する「ロジザードOCE」の3つである。中小規模の企業でも導入しやすいよう、クラウド経由で提供している。主力のクラウドサービスの収益モデルはサブスクリプションモデルであるため、収益基盤は安定しており、収益性も高い（2024年6月期第2四半期のクラウドサービスの売上構成比は78.4%）。

#### 1. 2024年6月期第2四半期の業績概要

2024年6月期第2四半期の業績<sup>※</sup>は、売上高が990百万円(前年同期は927百万円)、営業利益が172百万円(同168百万円)、経常利益が172百万円(同168百万円)、四半期純利益が123百万円(同123百万円)だった。開発・導入サービスの売上高が想定を下回ったものの、主力のクラウドサービスが好調に推移したことが業績に寄与した。「ロジザードZERO」「ロジザードZERO-STORE」「ロジザードOCE」で構成されるクラウドサービスは、事業環境が良好ななか、アカウント数及びMRR（Monthly Recurring Revenue：月次経常利益）を順調に積み上げた。旺盛なBtoB案件の引き合いへの対応や、EXPOをはじめとする各種プロモーションを強化したことなどが寄与した格好だ。利益面では、中期経営計画に基づき製品開発投資や人材投資を強化しつつも、収益性の高いクラウドサービスが好調に推移し、利益を積み上げた。

<sup>※</sup> 2023年6月期第3四半期より非連結決算に移行しているため、前年同期の数値は連結決算数値を採用。2024年6月期第2四半期の数値は非連結決算数値となる。また、増減については参考値として記載している。

## 要約

## 2. 2024年6月期の業績見通し

2024年6月期の業績は、売上高で前期比9.2%増の2,024百万円、営業利益で同27.0%増の331百万円、経常利益で同27.0%増の331百万円、当期純利益で同22.7%増の226百万円と増収増益を見込んでおり、期初の予想から変更はない。サービス別売上の上期進捗率は、BtoCと比較すると、BtoBは要件の複雑なものが多いことや、他企業が手がける上位システムの改修スケジュールの影響を受けることなどの理由から、開発・導入サービスが想定よりも若干遅れているものの、好調なクラウドサービスがカバーする見通しだ。クラウドサービスに関しては、物流業界の「2024年問題」やOMO※マーケティングに対するニーズの高まりなど、良好な事業環境が継続する見通しだ。開発・導入サービスは、BtoB市場に進出し、シェア拡大する戦略の下、新規顧客の開拓が順調に進捗していることから、さらなる積み上げを目指す。加えて、機能の標準化や提案の効率化などにより受注や納品までの時間を短縮し、顧客の旺盛なニーズに対応できる体制を構築する方針だ。利益面では、売上の伸びを上回る成長を見込んでいる。さらなる業績の拡大と企業価値の向上に向けて、人材と研究開発に投資する一方で、高収益なクラウドサービスの売上を積み上げ収益性を高める方針だ。

※OMO (Online Merges with Offline) とは、オンライン・オフラインを区別することなく、オンライン上に統合された状態を構築し、これまでにない新しい購買体験を提供する概念や取り組みのこと。

## 3. 中期経営計画の概要

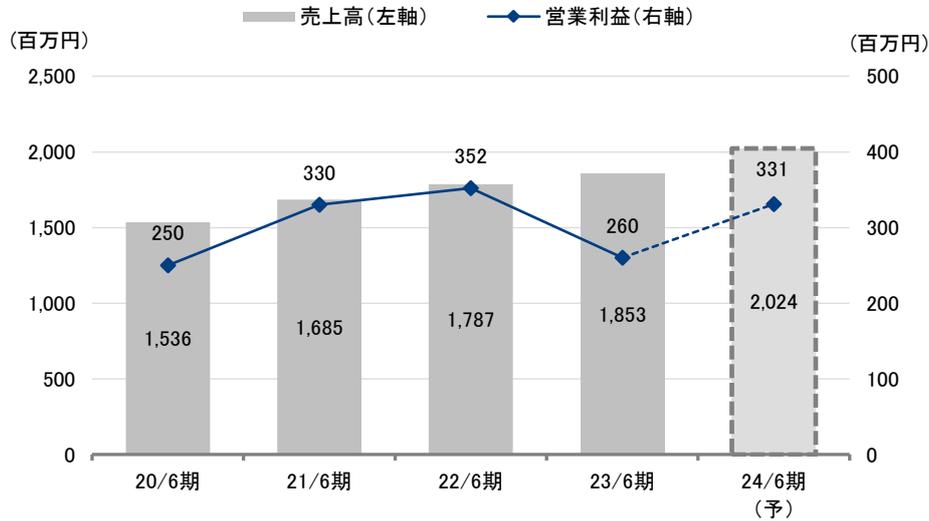
2023年8月に同社は、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行し、同社を取り巻く事業トレンドが日々変化していることを受け、中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）を策定した。新型コロナウイルス感染症の感染拡大（以下、コロナ禍）から経済社会活動が回復するなかで、流通業界においては実店舗の重要性が再認識されている。こうしたなか、オンラインとオフラインをよりシームレスに統合するOMOマーケティングに対するニーズが高まっている。また、物流業界では依然として人手不足が課題であり、省力化・自動化ニーズが旺盛である。これらの時流をビジネスチャンスとして捉え、業績の拡大に結びつける方針だ。特に、BtoB企業からの引き合いが増加していることを受け、既存のBtoC市場でシェアを確保しながらBtoBの領域へと積極的に事業を拡大していく。これらにより、最終年度となる2026年6月期には、主力のクラウドサービスの売上高で1,875百万円（2023年6月期比28.2%増）、経常利益で434百万円（同66.5%増）を目指す。また人材の確保については、引き続き注力する方針で、2023年6月期の従業員数115名から2027年6月期には157名まで増加させる採用計画である。

### Key Points

- ・2024年6月期第2四半期も主力のクラウドサービスが好調、BtoB顧客の獲得も確実に進む
- ・増収増益の通期業績予想に変更はなく、好調な事業環境が継続する見通し
- ・中期経営計画ではOMOマーケティングへのニーズの高まり、人手不足に起因する省力化・自動化へのニーズに対応しながらBtoB市場への進出に注力

要約

業績推移



注：23/6期3Qから非連結決算に移行  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## 会社概要

創業以来、WMSをクラウド経由で顧客に提供。  
物流業務の精度向上と効率化をシステム面から支える

### 1. 会社概要

同社は2001年、倉庫在庫管理システム(以下、WMS)の開発・販売を目的として埼玉県にて創業した。社名のロジザードはLogistics(物流)とWizard(魔法使い)をつなぎ合わせた造語であり、「物流を魔法のように革新的に効率化して、業界や社会に貢献する」という想いが込められている。創業以来、「顧客の出荷は絶対」「顧客と荷受人に迷惑をかけることがあってはならない」という精神の下、積極的なIT投資がコスト面で難しい中小企業を中心に物流業務の精度と効率性の向上に貢献してきた。

代表取締役社長の金澤茂則(かなざわしげのり)氏がアパレル業界の出身であることから、アパレル業界向けWMS「ロジザードPLUS」(2023年1月にサービス提供終了)を主力サービスとして事業を開始した。システムに顧客のニーズを反映させる形で対象顧客を拡大し、現在では食品・飲料から化粧品、3PLに至るまで幅広い業種の顧客にクラウド経由でサービスを提供している。

### 会社概要

今後はコロナ禍から経済社会活動が再開するなかで出現してきた新たなニーズを的確に捉え、将来の業績拡大につなげる方針だ。具体的には、2023年8月に策定した中期経営計画の下、BtoB企業に広がるWMSニーズ、人材不足を補う自動化トレンド、店舗のスマート化とオンラインの融合といった新たなトレンドを自社の業績に取り込んでいく。そのために、研究開発や人材採用・育成に先行投資し、中長期的な業績拡大と企業価値の向上に向けて事業基盤をより強固にしていく。

### 沿革

年月	概要
2001年 7月	埼玉県蕨市において倉庫在庫管理システムの開発、販売を目的とする会社として、(有)ロジザードを設立 倉庫在庫管理システム「ロジザード PLUS」の販売開始
2002年 9月	店舗在庫管理システム「RB-Manager」販売開始
2005年 8月	ロジザード(株)(旧 創歩人コミュニケーションズ(株))を吸収合併し、商号をロジザード(株)へ変更
2006年 7月	秋田県秋田市に秋田開発センターを開設
2008年 1月	大阪府大阪市北区に大阪営業所を開設(現在は大阪府大阪市中央区に移転)
2009年 8月	秋田県横手市に横手開発センターを開設
2009年 9月	店舗在庫管理システム「POSびた RBM」販売開始
2012年 9月	「ロジザード PLUS」の新バージョン「ロジザード ZERO」の販売開始
2018年 4月	プライバシーマーク認証取得
2018年 7月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2019年 5月	「POSびた RBM」の新バージョン「ロジザード ZERO-STORE」を販売開始
2019年12月	情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS) 認証取得
2021年 1月	情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS) クラウドセキュリティ認証取得
2022年 4月	東京証券取引所の市場の区分見直しにより、グロース市場に移行
2023年 2月	龍騎士供応鏈科技(上海)有限公司の清算が完了

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

## 2. 事業内容

同社の事業は、クラウド経由でWMSを提供する「クラウドサービス」、クラウドサービスの利用顧客に対してシステムの導入支援・サポートを行う「開発・導入サービス」、バーコードラベルを作成する専用プリンターなど倉庫作業に必要な機器の販売を行う「機器販売サービス」の3つに大別される。2024年6月期第2四半期のサービス別の売上構成比は、クラウドサービスが78.4%、開発・導入サービスが16.9%、機器販売サービスが4.6%となっている。主力であるクラウドサービスは顧客から月額利用料を徴収するサブスクリプションモデルである。一度導入した後は自動的かつ定期的に収益が発生するため利益率が高く、安定した収益基盤となっている(2024年6月期第2四半期の営業利益率は17.4%、2023年6月期のROE(自己資本当期純利益率)は11.4%)。一方、開発・導入サービス、機器販売サービスに関しては、顧客からの発注を受け、納品した際に収益が発生するビジネスモデルとなっている。

## 会社概要

**(1) 倉庫在庫管理システム「ロジザード ZERO」**

小売業、流通業、3PL 企業を顧客として倉庫内に保管されている商品（在庫）の数を正確に把握するとともに、倉庫内作業の効率化を実現するシステムである。商品の入荷から出荷、返品、庫内での棚移動まですべての商品の動きをバーコードで読み取り、物理的に管理することで、「正確な在庫管理」「誤出荷の防止」「倉庫内作業の効率化（標準化）」を実現している。主な機能は、物流現場の効率化・省力化を実現するためのマテハン・物流ロボットとの連携機能、賞味期限などの有効期限を管理する商品管理機能のほか、リピート通販の正確性・効率性を向上させる同梱物管理機能、保管場所や商品から在庫照会が可能な在庫・状況照会機能、ログインパスワード管理などができるセキュリティ対応機能、「ロジザード ZERO-STORE」との連携による店舗在庫管理機能など、多岐にわたる。バーコードを読み取るハンディターミナルはオプションとしてレンタルしており、バッテリーの無償交換、故障機の即日交換などにも対応している。そのほか、据え置き型のバーコードリーダーなどもオプションとして提供しており、顧客の利便性を向上させるために適宜オプション機能を追加し、製品強化を図っている。

また、サポート専任チームによる充実したサポート体制、最短1ヶ月で導入可能なスピード実装、外部システムとの多彩な連携も同サービスの強みだ。最小限のカスタマイズで様々な外部システムと連携できるため、顧客は低コスト・短期間でサービスを導入できる。特に、荷主からのタイトなスケジュールに対応しなくてはならない3PL企業に対しては、導入までの期間が短く、荷主の指定する出荷日までに確実にシステムを稼働させることができる安心と信頼のサービス力が訴求ポイントになっている。外部システムとの連携は着実に進行しており、2022年11月にマルチチャネルコマースプラットフォーム「Shopify」との連携を開始したほか、2023年4月にはアパレル向け販売・在庫管理システム「アラジンオフィス for fashion」とのシステム連携を強化した。2024年6月期第2四半期は、物流倉庫レポートツール「Quick Loda」とシステム連携の実証実験を開始し、倉庫内の作業進捗や生産性などの数値の可視化を目指している。

具体的な活用シーンとしては、消費者からの注文を受けた際のピッキング作業がある。「ロジザード ZERO」から「対象の商品は棚の下から2番目の右から3番目。同商品を梱包し、〇〇宛に出荷してください」といった指示があり、正確なピッキング作業が可能になる。

**(2) 店舗在庫管理システム「ロジザード ZERO-STORE」**

「ロジザード ZERO-STORE」は、店舗における在庫管理の効率化を実現するシステムである。主な機能は、在庫管理、POSレジ（他社製品との連携でオプション提供）、分析ツールの3つである。分析ツールは、店舗での売上げを自動で集計・分析する機能を持ち、販売戦略の立案に活用することができる。在庫管理とPOSレジについては、管理者（本部）と事業所（店舗）それぞれに有用な機能を提供している。在庫管理においては、管理者向けに在庫管理・売上管理・棚卸管理などの機能を提供している。例えば、本部が各事業所のデータを一元管理できるようになり、各事業所の効率的な管理や全体最適化に有効だ。事業所向けにはスマートフォンを利用した売上げ・在庫登録機能、他店舗の在庫をリアルタイムで確認できる他店舗在庫照会機能などを提供している。これらの機能によって、店舗作業の効率化と消費者への迅速な対応が可能となる。

会社概要

POSレジは、タブレット端末を利用する精算業務支援サービスと連携して提供している。クレジットカード処理などの基本的なレジ機能に加えて、値引きなどの単価変更、領収書印刷、店舗売上データの本部への送信機能などがある。レシートプリンターやハンディターミナルといった周辺機器との連携も容易で、汎用性の高さも特徴だ。低コストで導入可能な点も魅力である。高価なPOSレジの代わりにタブレット端末でクラウド経由でサービスを受けられるため、中小規模の企業でも気軽に導入することができる。2023年9月には高機能クラウドPOSレジ「スマレジ」との連携を開始しており、顧客の利便性と同システムの訴求力を向上させている。また、短期間での導入や充実したサポート体制なども、ほかのサービスと同様に顧客から支持される要因の1つになっている。

具体的な活用シーンとしては、消費者から商品の在庫に関する問い合わせがあった際に、スマートフォンでの在庫の確認、在庫がある場合にはバックヤードのどの棚にあるかの確認などができ、消費者への迅速な対応が可能となる。

**(3) OMO 支援システム「ロジザード OCE」**

「ロジザード OCE」は、顧客のオムニチャネル※を支援するシステムである。同社の「ロジザード ZERO」や「ロジザード ZERO-STORE」と連携することで、店舗・倉庫の一元化したデータを活用して消費者ごとに最適な出荷・配送を実現できる。在庫を一元管理することによって、複数のチャネルを総合的に活用するオムニチャネル戦略のスムーズな運用にも貢献する。また、他社が提供するWMSと接続して上記の機能を活用できる点も特徴だ。OMOマーケティングに対するニーズが高まりを見せるなか、同システムに対する需要は、今後も堅調に推移していくと弊社は考える。

※オムニチャネル (Omni-Channel) とは、消費者がモノを買うときにすべて (=オムニ) の接点 (=チャネル) を継ぎ目なく購入できるようになるための環境のこと。販売側が提供する各チャネルに対して、オンライン (例: ネットショップ)・オフライン (例: 実店舗) を問わず、消費者側が在庫数やポイントカードなどの心配をせずに商品を購入できる、「シームレスな購買体験」を提供できる状態のこと。

具体的な活用シーンとしては、消費者からEC経由で注文があった際に、対象商品の在庫がある店舗・倉庫を確認し、どこから配送するのが最も効率的なのかを判断できる。

同社のクラウドサービスと対応領域



※OMO=Online Merges with Offlineの略

出所:「事業計画及び成長可能性に関する資料」より掲載

会社概要

(4) 料金体系と販売チャネル

「ロジザード ZERO」「ロジザード ZERO-STORE」「ロジザード OCE」のうち、「ロジザード ZERO」では月額固定料と月額従量料を、「ロジザード ZERO-STORE」「ロジザード OCE」では月額固定料を選択でき、顧客または顧客の荷主のビジネス上の特性に合わせて利用できる。外部システムとの連携は、アプリケーションパートナーが提供するアプリとの間では、オプション料を追加することで追加開発不要で使用できる。クラウドサービスで安定した収益を上げながら、オプションなどによるアップセルもできる収益モデルだ。

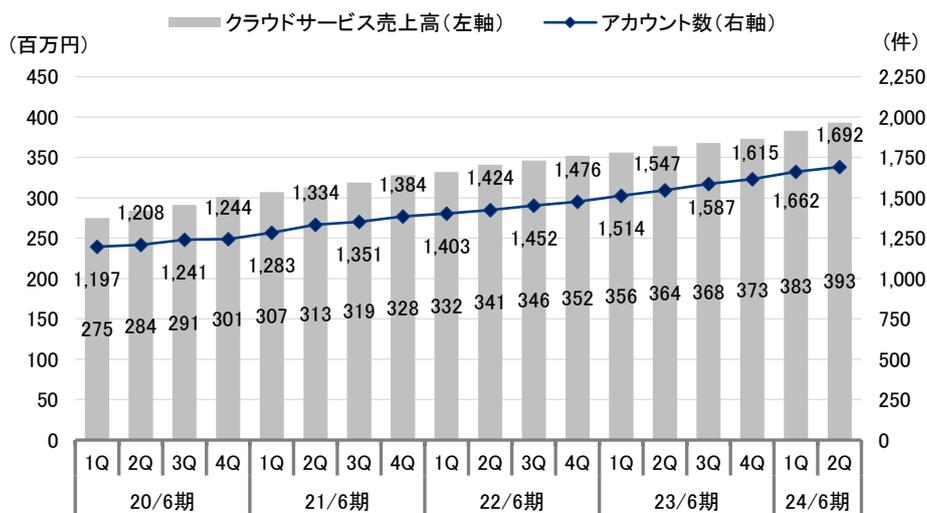
販売チャネルは、同社による直接販売、代理店をとおしての営業活動がある。代理店については、「ロジザード」シリーズと連携したシステムを開発・販売するアプリケーションパートナーと、代理店などの販売パートナーに分かれている。アプリケーションパートナーには、GMO メイクショップ(株)といった EC 支援システムや受注管理システムなどを開発する企業が名を連ねている。

3. 特徴と強み

同社のプロダクト面の強みは、短納期・低価格・高サービスに大別できる。商品の特性、管理要件、出荷先特性を顧客へのヒアリングによつて的確に把握する能力と、システムの高い汎用性によつて、短納期・低価格での導入が可能となっている。さらに、中小規模の企業の顧客には専門のシステムエンジニアがいない場合も多く、同社による 365 日対応の運用サポートサービスが顧客の IT 化を支援している。

また、先述のとおりサブスクリプションモデルによる、収益の安定性と高い収益率も同社の特徴だ。顧客のニーズを的確に捉え、ブラッシュアップを継続することが解約率の低下に貢献しており、今後も既存顧客と新規顧客から安定した収益が期待できると弊社は考えている。解約率を低く抑えながら、新規アカウント数を順調に増やしてきたことにより、MRR は順調に積み上がっている状況だ。

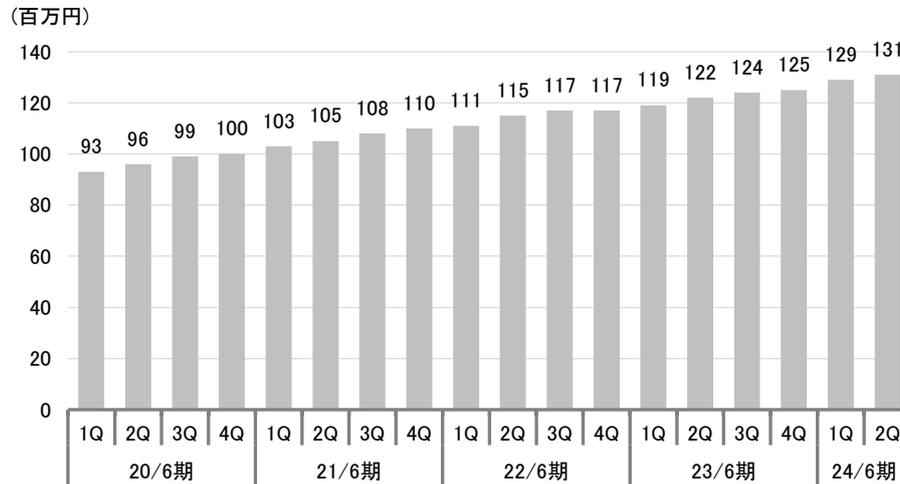
クラウドサービス売上高とアカウント数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

会社概要

MRRの推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

4. 事業環境

同社を取り巻く事業環境に関しては、日常生活への EC の浸透や物流業界の人手不足、デジタル化に対応できる人材不足という現状から、今後も順調に市場が拡大すると弊社は見ている。特に、同社の主要顧客である中小規模の企業においては「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」と回答した企業のうち 37.9% が「デジタル化を推進できる人材がない」と回答している（経済産業省「2022 年版中小企業白書」）。また、直近 1 年間の人材確保状況について、IT・デジタル人材を 69.4% が「採用していない」、20.7% が「不足」と回答（経済産業省「2023 年版中小企業白書」）しており、依然としてデジタル化を推進する人材が不足していることが窺える。このような環境のなかで、クラウド経由で簡単に導入でき、365 日対応の手厚いサポート体制を備えている同社サービスへの需要は、堅調に推移していくものと弊社は見ている。

## 業績動向

### 2024年6月期第2四半期も主力のクラウドサービスが好調、 アカウント数、MRRが順調に拡大。 開発投資を拡大しつつも、利益を積み上げ

#### 1. 2024年6月期第2四半期の業績概要

2024年6月期第2四半期の業績は、売上高が990百万円（前年同期は927百万円）、営業利益が172百万円（同168百万円）、経常利益が172百万円（同168百万円）、四半期純利益が123百万円（同123百万円）だった。2023年6月期第3四半期から非連結決算に移行していることから単純比較はできないものの、売上高、営業利益、経常利益に関しては前年同期の実績を上回っての着地となった。四半期純利益に関しては、内装設備の除却費用を特別損失として計上したことを受け、前年同期並みの着地となった。

同社を取り巻く事業環境は、消費行動が活発化・多様化するなかでOMOマーケティングに対するニーズが高まっていることに加え、物流業界の「2024年問題」を踏まえた省力化・自動化ニーズが依然として高く、良好な状態が続いている。

主力のクラウドサービスの売上高は776百万円（前年同期は720百万円）、MRRは131百万円（同122百万円）と好調に推移した。顧客からの引き合いが旺盛ななか、継続的なアプリ連携や製品機能の強化に加えて、EOSに割いていた人員を新規顧客の獲得に振り向けたことや、EXPOをはじめとする各種プロモーションを積極化したことなどによって、アカウント数は1,692件（同1,547件）と順調に拡大した。

開発・導入サービスの売上高は167百万円（前年同期は173百万円）とわずかながら想定を下回った。BtoCと比較すると、BtoBは要件の複雑なものが多いことや、他企業が手がける上位システムの刷新を行うことなどにより受注や納品までにかかるリードタイムが想定よりも長くなったことが要因だ。機器販売サービスの売上高は46百万円（前年同期は33百万円）となった。物流業界での人手不足感が強まるなかで、従来よりも高単価の機器に対する引き合いが好調に推移した。

利益面に関しては、中期経営計画の方針に基づき、製品開発、研究開発、人材投資を積極化しつつも、収益性の高いクラウドサービスが順調に進捗し、利益を積み上げた。2024年6月期第2四半期は、製品開発投資を前年同期比239.1%増の78百万円、研究開発投資を同91.7%増の23百万円に拡大し、RFID※オプション機能化、AI物流ロボット連携、各種アプリとの連携による製品力の強化、OMOマーケティングに対する顧客ニーズの機能面への落とし込みなど、中期経営計画の方針に沿った製品サービス強化を着実に実行した。

また、中期経営計画で定める人材戦略の進捗も順調で、2024年6月期第2四半期で6名を新規採用したほか、2024年4月ごろまでに4名の入社を予定している。今後も、旺盛なニーズに応えるために積極的に人材を採用する方針だ。

※ 電波を用いて内蔵したメモリのタグのデータを非接触で読みこむシステム。バーコードではレーザーでタグを1枚ずつスキャンするのに対し、RFIDでは電波で複数のタグを同時スキャンすることができる。電波が届く範囲であれば、タグが遠くにあっても読み取ることが可能である。

業績動向

2024年6月期第2四半期の業績

(単位：百万円)

	23/6期2Q(連結)		24/6期2Q(非連結)		前年同期比(参考値)	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	927	-	990	-	62	6.7%
売上原価	448	48.3%	449	45.4%	1	0.2%
販管費	310	33.5%	368	37.2%	57	18.6%
営業利益	168	18.2%	172	17.4%	3	2.1%
経常利益	168	18.2%	172	17.4%	3	2.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	123	13.3%	123	12.5%	0	0.1%

注：23/6期3Qより非連結決算に移行しているため、前年同期の数値及び増減率は参考値として記載  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## 自己資本比率が88.1%と高水準。 流動比率と固定比率も健全で長短の資金繰りに問題はない水準

### 2. 財務状況と経営指標

2024年6月期第2四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比73百万円増加の2,038百万円となった。主な要因は、固定資産の取得及び賞与の支払により現金及び預金が68百万円減少した一方、増員によるオフィスの拡張により有形固定資産が39百万円、「ロジザードZERO」の基本機能のバージョンアップによりソフトウェアが24百万円それぞれ増加したことなどによる。

負債合計は前期末比28百万円減少の242百万円となった。主な要因は、買掛金が9百万円、未払金が16百万円、未払法人税等が42百万円それぞれ増加した一方で、未払い賞与の支払いで未払費用が減少したことにより、その他が97百万円減少したことなどによる。純資産は同102百万円増加の1,796百万円となった。四半期純利益の計上により利益剰余金が82百万円増加したことなどによる。

経営指標を見ると、流動比率が698.1%、固定比率が19.3%となった。固定比率が前期末比4.8ポイント上昇したものの、依然として流動比率、固定比率ともに健全な数値であり、長短の資金繰りに問題はない水準であると弊社は見ている。自己資本比率も同1.9ポイント上昇して88.1%と高水準を維持している。財務の健全性、資金の流動性に配慮しながら企業経営を行っていることが財務諸表から見て取れる。

## 業績動向

## 貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	23/6期	24/6期 2Q	増減
流動資産	1,720	1,692	-28
現金及び預金	1,453	1,384	-68
固定資産	244	346	101
総資産	1,965	2,038	73
負債合計	271	242	-28
流動負債	271	242	-28
純資産	1,693	1,796	102
利益剰余金	1,241	1,324	82
負債純資産合計	1,965	2,038	73
< 主要経営指標 >			
自己資本比率	86.2%	88.1%	1.9pt
流動比率	634.1%	698.1%	64.0pt
固定比率	14.5%	19.3%	4.8pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2024年6月期は増収増益を見込む。 事業環境の好調が想定されるなか、 BtoBを中心とする新規顧客の獲得に注力

2024年6月期の業績は、売上高で前期比9.2%増の2,024百万円、営業利益で同27.0%増の331百万円、経常利益で同27.0%増の331百万円、当期純利益で同22.7%増の226百万円と増収増益を見込んでいる。サービス別売上の上期進捗率は、クラウドサービスが49.6%、開発・導入サービスが41.8%、機器販売サービスが78.3%となっている。開発・導入サービスの進捗が想定よりも若干遅れているものの、クラウドサービスが好調に推移することを見込んでいることから、業績予想に関して変更はない。

クラウドサービスに関しては、物流業界の「2024年問題」やOMOマーケティングに対するニーズの高まりなど、引き続き好調な事業環境が見込まれる。開発やアプリ連携による機能強化、RFIDなどのオプション機能化、OMOマーケティング対応の促進によって、BtoBを中心とする新規顧客の獲得に注力する方針だ。

今後の見通し

開発・導入サービスに関しては、BtoB 市場に進出しシェア拡大する戦略の下、新規顧客の開拓が順調に進んでいることから、さらなる積み上げを目指す。加えて、機能の標準化や提案の効率化などにより受注や納品までにかかる時間を短縮し、顧客の旺盛なニーズに対応できる体制を構築する方針だ。足元では人材採用も順調に進んでいる。開発リソース拡充による受注体制の強化も、納品までの時間短縮に寄与しそうだ。

機器販売サービスに関しては、クラウドサービスの好調に伴い、堅調な推移を見込んでいる。

利益面に関しては、売上の伸びを上回る成長を見込んでいる。引き続き製品開発・研究開発投資、人材投資、プロモーション投資を行いつつ、高収益であるクラウドサービスの売上を積み上げ、収益性を高める方針だ。

2024年6月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/6 期		24/6 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	1,853	-	2,024	-	170	9.2%
営業利益	260	14.1%	331	16.4%	70	27.0%
経常利益	260	14.1%	331	16.4%	70	27.0%
当期純利益	184	10.0%	226	11.2%	41	22.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中長期の成長戦略

### 「時流製品×ハイタッチサービス」を基本成長戦略に、 将来のさらなる業績拡大に向けて研究開発と人材へ先行投資を実施

#### 1. 中期経営計画の概要

2023年8月に同社は、変化する事業環境に対応し、2026年6月期を最終年度とする中期経営計画を策定した。コロナ禍を受けてECに傾斜していた流れが、新型コロナウイルス感染症の5類移行により経済社会活動が再開し、再び店舗の重要性が認識されている。加えて、消費者のニーズと購買行動も多様化しており、OMOマーケティングとそれを可能にする在庫管理手法に対するニーズが高まっている。特に、BotB業界でOMOマーケティングと在庫管理手法に対する注目が高まっているようだ。また、物流業界では、依然として人手不足とそれに起因する省力化・自動化ニーズがある。このような事業環境の変化を受け、同社は、「時流製品×ハイタッチサービス」を基本成長戦略に掲げ、将来的に高まることが想定されるニーズに対応できるサービスと体制の構築に向けて、研究開発と人材に先行投資していく構えだ。なお、ここで言う「ハイタッチ」とは、「事業活動において、同社の社員が顧客と積極的に関わり、顧客に価値を提供していく」という意味だ。営業人員や開発人員が顧客とコミュニケーションをとりながら、顧客のビジネスをサポートしていく。ハイタッチサービスの実現に向け、1. 受注納品と製品開発が同時に可能な体制づくり、2. サポート体制の拡張ケア、3. 増加する社員の初期教育の体系化とスケジュールリング、4. 社員が安心して業務できる制度づくりを推進していく。

## 中長期の成長戦略

2023年6月期にクラウドサービスが好調に推移し、想定を上回ったことから、クラウドサービス売上・経常利益とともに上方修正した。修正後の目標値は、2026年6月期にクラウドサービス売上を1,875百万円(2023年6月期比28.2%増、前回公表値から46百万円増)、経常利益を434百万円(同66.5%増、同1百万円増)としている。事業環境が好調なことに加えて、同社の製品開発の方向性も妥当なこと、クラウドサービスは利益率が高いことから、経常利益がさらに上振れて着地する可能性もあると弊社は推察する。なお、体制強化のための人材採用については、2027年6月期までに157名を採用する計画だ。

## 2. 具体的なトレンドと対応方針

### (1) BtoBに広がるWMSニーズ

BtoB企業に広がるOMOマーケティングに対するニーズの高まりを捉え、配分方式、梱包明細、荷札、SCMラベル、シリアル出荷、トレーサビリティなど、各作業フローにおいて求められるBtoBならではの機能を模索・実装し、BtoB企業を獲得していく。これは、既存のBtoC市場での競争が激しくなっていることも背景にある。BtoC市場でシェアを確保しながら、同社の強みを生かすことができ相対的に競争度合いの緩やかな市場に進出することで、利益を確保していく考えだ。加えて、業界標準のEDI対応も模索しながら、BtoB市場での標準WMSに成長することを目指す。

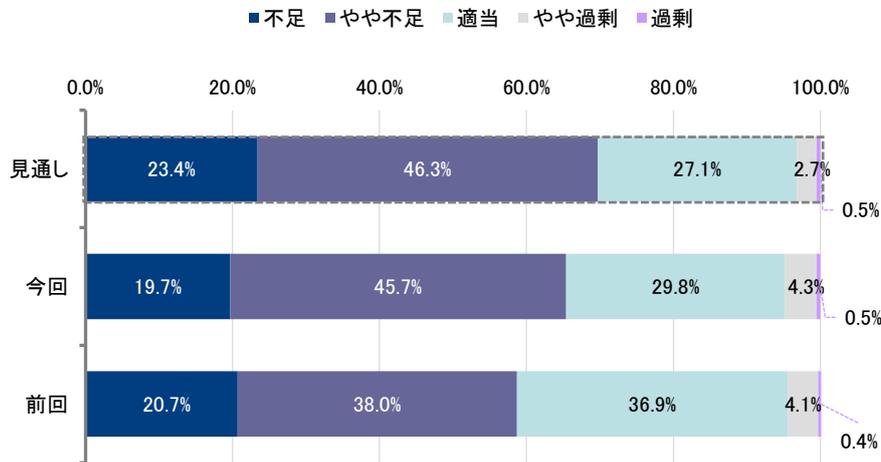
BtoBに求められる機能の実装としては、顧客企業と協力しながら、BtoBの作業フローにより即した機能を作り込んでいる。同社はもともとアパレル業界のBtoB向けに事業を開始したという特性上、BtoBに適したシステムの作り込みはスムーズに進むものと推察される。BtoBでの導入事例も増加傾向にあり、一例を挙げると、「ロジザードZERO」を導入した(株)ベッドアンドマットレスは、物流倉庫の出荷能力が500%以上伸張した。

### (2) 人手不足を補う自動化トレンド

同社は引き続き、物流業界や倉庫業界における人手不足に対応するために、省力化・自動化ニーズに対応した製品の提供を加速させる考えだ。具体的には、AI物流ロボットとの連携の拡張、RFIDなどのオプション機能化による倉庫内作業の効率化を実現している。トラック運送業界の人手不足は大きな問題であり、省力化・自動化ニーズは堅調に推移するものと弊社は考えている。(公社)全日本トラック協会が2023年11月に公表した「トラック運送業界の景況感(速報)」調査によると、2023年7月～9月期において労働力が不足しているまたは「やや不足している」と回答した割合は65.4%となり、前回調査(2023年4月～6月期)より6.7ポイント悪化している。また、今後の見通しに関しても69.7%となっており、当面の間は人手不足が継続することが予想される。そうした見通しのなか、顧客の省人化・自動化に資する機能やオプションの拡充により、訴求力を高める方針だ。2024年6月期第2四半期においては、倉庫内の作業進捗や生産性などの数値を可視化するアプリケーションとの連携の実証実験に取り組んできた。経験や勘に頼らず、データからの意思決定を実現し、顧客業務の効率化に貢献している。

中長期の成長戦略

運送業界の人手不足感



出所：全日本トラック協会「トラック運送業界の景況感」よりフィスコ作成

(3) 店舗のスマート化とオンラインとの融合

OMO マーケティングへの関心と、それを可能にする在庫管理手法への注目が高まるなかで同社は、OMO 対応を加速させる。具体的には、他社製品との API ※連携の拡大、OMO マーケティングで求められる機能の整理と実装などによって「ロジガード ZERO-STORE」「ロジガード OCE」の開発と受注を推し進める。2024 年 6 月期第 2 四半期は、OMO マーケティングに対する顧客ニーズを把握・集約し、機能面に落とし込む作業を継続した。

※ API (Application Programming Interface) とは、ソフトウェアやアプリケーション同士を連携させるためのつなぎ役である。他社製品と API 連携することで、自社システムに実装されていないソフトウェアやアプリケーションなどの機能を利用できるようになる。

これらの施策に加えて、販売促進活動も積極的に継続していく。倉庫を地方に構えている顧客や全国の顧客に対応するため、同社はコロナ禍前よりオンラインを活用した販売促進活動を積極的に行ってきた。オンラインを活用した集客活動と営業活動によってノウハウを蓄積していることに加え、オフラインのイベントも開催する。オフラインは既存の顧客が見込み客と一緒に来場するなど、新規顧客の獲得が期待できる営業機会である。また、オフラインでのコミュニケーションは、顧客のニーズを把握し、研究開発に反映できるという観点からも重要である。実際、2023 年 11 月に開催した「ロジガード EXPO2023 つながる、クラウドサービス。」は立ち見がでるほど盛況だったようだ。

## ■ 株主還元策

### 2022年6月期から配当を実施。 2024年6月期は1株当たり15.00円の配当を見込む

事業基盤の拡大により、今後も人材や製品への投資等による事業成長を図りながらも安定的な収益を確保できる見通しが立ったことから、2022年6月期から配当を実施している。2022年6月期は1株当たり14.95円、2023年6月期は1株当たり12.00円であった。2024年6月期は1株当たり15.00円を見込んでいる。

同社は企業価値をさらに高めるために継続的な株主還元を行う計画で、財政状態や内部留保の状態を勘案しながら、配当性向20%以上とすることを基本方針に掲げている。

中期経営計画の下で製品開発に先行投資し、クラウドサービスの売上高を拡大できれば、増配の可能性もあると弊社は考える。サブスクリプションモデルは利益率が高いため、売上高が拡大するにつれて配当の原資となる利益の増加が見込めるためだ。

#### 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、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

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て作成されていますが、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、配布等することは堅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