

# 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9月6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月期の業績概要	01
2. 2025年6月期の業績見通し	01
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	06
4. 事業環境	08
■ 業績動向	08
1. 2024年6月期の業績概要	08
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	13
1. 中期経営計画の概要	13
2. 具体的なトレンドと対応方針	13
■ 株主還元策	16

## ■ 要約

### 2024年6月期は増収大幅増益で売上、利益共に過去最高を記録。 主力のクラウドサービスをけん引役に収益性も上昇

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月期のクラウドサービスの売上構成比は79.1%）。

#### 1. 2024年6月期の業績概要

2024年6月期の業績<sup>\*</sup>は、売上高が前期比6.7%増の1,977百万円、営業利益が同32.8%増の346百万円、経常利益が同32.9%増の346百万円、当期純利益が同36.7%増の252百万円だった。主力のクラウドサービスをけん引役にすべてのサービスが増収増益と好調に推移した。これを受け、売上高は24期連続の増収、最終利益は過去最高額を記録した。特に利益の伸びが大きく、営業利益以下の各利益はそろって2ケタ伸長と急伸した。収益性の高いクラウドサービスで順調に新規アカウントを積み上げたことなどが寄与した格好だ。また、開発・導入サービスと機器販売サービスの粗利率が向上したことも利益の積み上げに寄与した。利益が売上高増加率を上回る伸びを見せるなかで収益性も高まり、営業利益率は前期比プラス3.4ポイントの17.5%まで上昇した。

<sup>\*</sup> 同社は2023年6月期第3四半期より非連結決算に移行している。

#### 2. 2025年6月期の業績見通し

2025年6月期の業績は、売上高で前期比12.0%増の2,214百万円、営業利益で同15.6%増の400百万円、経常利益で同15.6%増の400百万円、当期純利益で同11.3%増の281百万円を見込んでいる。WMS市場では、物流2024年問題などの人手不足を背景として自動化に対するニーズが高まっているほか、多様化した消費者ニーズへの対応と販売機会の最大化を目的としてOMO<sup>\*</sup>マーケティングに対する注目度も高まるなど、事業環境の見通しは引き続き良好である。そうしたなか、主力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ほか、開発・導入サービスの売上高も前期比41.1%増と急伸する見通しだ。また、2024年6月期末時点の受注残高が過去最高水準に積み上がっていることも業績予想達成に向けたプラス要因だ。これらにより、連結ベースの売上高増加率は2024年6月期の伸びを上回ることを見込む。利益面に関しては、人材やプロモーション投資を積極化しつつも、収益性が高まることを想定している。利益率の高いクラウドサービスで新規アカウントを積み上げることや、販管費の伸びを適切にコントロールすることなどによって収益性を高める構えだ。

<sup>\*</sup> 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。

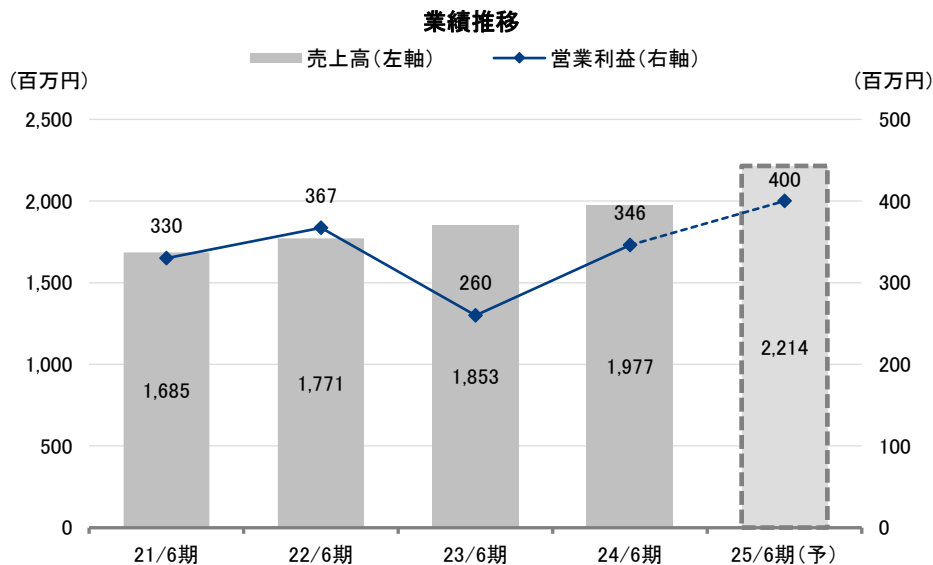
要約

3. 中期経営計画の概要

新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）を経て事業環境や顧客ニーズが変化してくるなかで同社は、「時流製品×ハイタッチサービス」を中期事業計画の基本戦略として業績の拡大と企業価値の向上に注力していく。WMS市場では、自動化・省力化やOMOマーケティングに対するニーズが高まっている。そうしたなかで同社は、「BtoBに広がるWMSニーズ」「労働力不足を補う自動化トレンド」「進む店舗のスマート化とオンラインとの融合」といった時流をビジネスチャンスと捉える。時流を適切に捉えた製品開発の推進と質の高いサービスを継続的に提供できる体制の確立・拡充によって、変化する顧客ニーズを確実に取り込み、業績の拡大に結び付けていく戦略だ。特に足元ではBtoB領域で事業活動を行う企業からの引き合いが活況である。また、既存のBtoC市場では新規参入などによって競合度合いが高まっている。こうしたなか、同社はBtoC市場でのシェアを確保しながら、BtoB領域へと積極的に事業を拡大させる方針だ。また、顧客への価値提供能力にさらに磨きをかけるため、人員の拡充と社内人事制度のさらなる整備も推進する。これらの各種施策を着実に実行することにより、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1,896百万円（2024年6月期比21.2%増）、経常利益で493百万円（同42.5%増）を目指す。また、人員に関しては2027年6月期までに157名まで増員する計画だ。

Key Points

- ・2024年6月期は増収増益で売上、最終利益共に過去最高業績を更新
- ・主力のクラウドサービスが好調だったことなどにより収益性もさらに高まる
- ・2025年6月期も増収増益を見込む。外部環境の見通しは良好で全事業で増収の見通し
- ・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



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。

今後はコロナ禍を経て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、「BtoB企業に広がるWMSニーズ」「労働力不足を補う自動化トレンド」「進む店舗のスマート化とオンラインとの融合」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、製品開発や人材採用・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	龍騎士供応鍵科技（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

## 会社概要

## 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月期のサービス別の売上構成比は、クラウドサービスが79.1%、開発・導入サービスが16.0%、機器販売サービスが4.9%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月期の営業利益率は17.5%、2024年6月期のROE（自己資本当期純利益率）は14.0%）。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。

### (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、2024年6月期にはOMO/オムニチャンネル※対応型総合ECプラットフォーム「W2 Unified」・D2Cリピート通販向けECプラットフォーム「W2 Repeat」、クラウド録画サービス「Safie」、送り状発行システム「Ship&co」、SaaS型EC構築プラットフォーム「futureshop」、在庫予測・粗利最大化ツール「LTV-Zaiko」などとの連携を新たに開始している。また、その他にも倉庫業務を見える化するクラウドサービス「SmaCo」、物流倉庫レポートツール「Quick Loda」とシステム連携に向けた実証実験も開始しており、同サービスの利便性の向上に継続的に取り組んでいる。

※ オムニチャンネル（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（＝チャンネル）で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ンネルに対して、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。



## 会社概要

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。

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。

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。

会社概要

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

#### (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

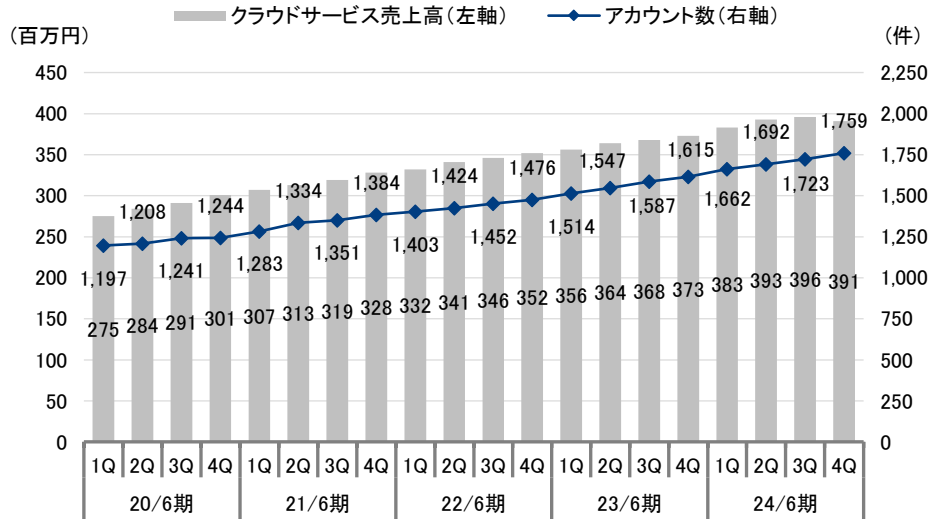
同社のプロダクト面の強みは、短納期・低価格・高サービスに大別できる。商品の特性、管理要件、出荷先特性を顧客へのヒアリングによつて的確に把握する能力と、システムの高い汎用性によつて、短納期・低価格での導入が可能となっている。さらに、中小規模の企業の顧客には専門のシステムエンジニアがいない場合も多く、同社による 365 日対応の運用サポートサービスが顧客の IT 化を支援している。

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いる。今後も既存顧客の解約率を安定させながら新規顧客を積み増すことにより、業績は堅調に拡大していく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 も順調に積み上がっている状況だ。



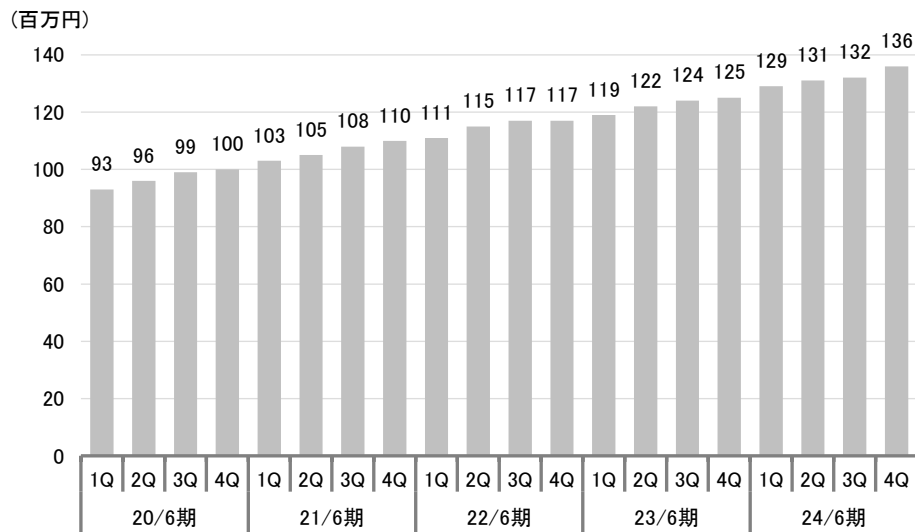
会社概要

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

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デジタル化を推進する人材が不足している。経済産業省の「2023年版中小企業白書」によると、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」と回答している。また、同「2024年版中小企業白書」によると、「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」と回答した企業であっても回答企業のうち38.2%が「DXを推進する人材が足りない」と回答している。これらのデータからも、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。また、同社によると、比較的規模の大きい BtoB 企業においても IT 人材が不足しているという。2025年の崖問題で指摘されているように、オンプレミスで構築したレガシーシステムを更新できる人材が不足している状況で、クラウド経由で利用できる同社サービスに対するニーズが高まることが期待される。

## 業績動向

### 2024年6月期も売上、最終利益共に過去最高を記録。 各利益2ケタ急伸により収益性も高まる

#### 1. 2024年6月期の業績概要

2024年6月期の業績は、売上高が前期比6.7%増の1,977百万円、営業利益が同32.8%増の346百万円、経常利益が同32.9%増の346百万円、当期純利益が同36.7%増の252百万円だった。主力のクラウドサービスをけん引役にすべてのサービスが増収増益と好調だった。これにより、売上高は24期連続の増収、最終利益は過去最高額を記録した。特に、営業利益以下の各利益はそろって2ケタ伸長と売上増加率を上回る急伸びぶりを見せ、営業利益率は前期比プラス3.4ポイントの17.5%まで高まった。収益性の高いクラウドサービスで順調に新規アカウントを積み上げたことに加えて、開発・導入サービス、機器販売サービスの粗利率が向上したことなどが寄与した格好だ。また、粗利率の上昇に加えて、中計のもとで人材投資、製品開発投資を積極化させつつもコストの伸びを適切な水準にコントロールしたことも利益の急伸に寄与した。

## 業績動向

収益性の向上を背景に期初業績予想との比較では、売上総利益がプラス 0.7%、営業利益がプラス 4.5%、経常利益がプラス 4.5%、当期純利益がプラス 11.5% となった。各段階利益がそろって予想を上回って着地した格好だ。一方、売上高に関しては、97.7% の進捗率だった。クラウドサービスが想定通りの進捗だったほか、機器販売サービスが想定を上回る好調ぶりを見せたものの、開発・導入サービスの進捗が低調だったことが響いた。BtoB 企業のシステムは要件が複雑で個別性も高いことなどから、受注や納品にかかるリードタイムが想定よりも長期化したことが要因だ。ただ、期末にかけて機能の標準化や提案の効率化などを推進したことにより、受注の効率化とリードタイムの短縮に成功している。2025 年 6 月期以降は、旺盛な顧客ニーズに迅速に対応し、業績拡大スピードを加速する方針である。

サービスごとの業績は、主力のクラウドサービスの売上高が前期比 7.0% 増の 1,564 百万円、売上総利益が同 7.8% 増の 933 百万円だった。BtoB 市場の顧客獲得に注力するという中計方針のもと、BtoB 企業の新規獲得が順調に進んだ。加えて、従来のメイン顧客である BtoC 企業からの引き合いも好調だった。これにより、2024 年 6 月期末時点のアカウント数は前期末比プラス 144 件の 1,759 件、MRR は同 8.8% 増の 136 百万円に拡大した。外部システムとの連携や製品機能の強化を継続して実施したことに加えて、オンライン・オフラインのプロモーション活動を積極的に実施したことなどによって、解約率を低い水準に抑えながら新規顧客を積み上げたことが業績の拡大に寄与した。

開発・導入サービスの売上高は前期比 0.1% 増の 317 百万円、売上総利益は同 85.8% 増の 103 百万円だった。BtoB 案件において受注や納品にかかるリードタイムが想定より長引いたことを受け、期初予想に対する進捗率は予想を下回ったものの、BtoB 案件は大型案件が多いことや、既存取引先からの継続案件も順調だったことなどを受けて前期比では増収を確保した。利益面に関しては、売上総利益率が前期比プラス 15.0 ポイントの 32.5% に急伸した。期末にかけて BtoB 案件のリードタイムを短縮したことを受け案件当たりの採算性が改善したほか、前期まで行っていた EOS 対応が完了したことなども収益性の向上に寄与した。

機器販売サービスの売上高は前期比 28.7% 増の 96 百万円、売上総利益は同 23.3% 増の 40 百万円だった。従来の主力商材である専用プリンターやサプライ品の販売が好調だったことに加えて、マテハン機器などの大型機器の販売が好調だったことが業績を押し上げた。顧客企業の自動化に対するニーズが高まるなかで、高単価・高利益の大型機械に対する引き合いが好調だった格好だ。これにより、期初時点で減収想定だった同事業は一転、大幅増収で着地した。

また、中期経営計画で掲げる各種施策も着実に進捗が見られた。省力化を目的とした外部アプリとの連携や BtoB に特化した基幹システムとの連携を推進したほか、新人事制度の構築や社内組織体制の拡充などを推進した。

業績動向

2024年6月期の業績

(単位：百万円)

	23/6期		24/6期		増減額	増減率
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	1,853	-	1,977	-	123	6.7%
売上原価	899	48.5%	899	45.5%	0	0.1%
販管費	693	37.4%	731	37.0%	37	5.4%
営業利益	260	14.1%	346	17.5%	85	32.8%
経常利益	260	14.1%	346	17.5%	85	32.9%
当期純利益	184	10.0%	252	12.8%	67	36.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 自己資本比率が85.3%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月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比291百万円増加の2,256百万円となった。このうち流動資産は、同139百万円増の1,860百万円となった。これは主に、売上増加によって売掛金が50百万円、資金の回収によって現金及び預金が83百万円それぞれ増加したことなどによるものである。固定資産は同151百万円増の396百万円となった。これは主に、「ロジザードZERO」の基本機能及びバージョンアップ機能追加によってソフトウェアが87百万円増加したことなどによるものである。

負債合計は前期末比60百万円増加の331百万円となった。これは主に、前期の確定法人税に基づく中間納付額が少なかったことを受け未払法人税等が66百万円増加したことなどによるものである。純資産は同230百万円増加の1,924百万円となった。これは主に当期純利益を計上した一方で、配当金の支払いを行ったことにより利益剰余金が211百万円増加したことなどによるものである。

経営指標を見ると、流動比率が560.6%、固定比率が20.6%となった。流動比率が前期末比マイナス73.5ポイント、固定比率が前期末比プラス6.2ポイントとなったものの、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0.9ポイント低下してはいるものの85.3%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	増減額
流動資産	1,720	1,860	139
現金及び預金	1,453	1,537	83
固定資産	244	396	151
総資産	1,965	2,256	291
負債合計	271	331	60
流動負債	271	331	60
純資産	1,693	1,924	230
利益剰余金	1,241	1,453	211
負債純資産合計	1,965	2,256	291
<b>&lt;主要経営指標&gt;</b>			
自己資本比率	86.2%	85.3%	-0.9pt
流動比率	634.1%	560.6%	-73.5pt
固定比率	14.4%	20.6%	6.2pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2025年6月期も引き続き増収増益を見込む。 先行投資フェーズもクラウドサービスの成長で収益性向上に期待

2025年6月期の業績は、売上高で前期比12.0%増の2,214百万円、営業利益で同15.6%増の400百万円、経常利益で同15.6%増の400百万円、当期純利益で同11.3%増の281百万円を見込んでいる。事業環境に関しては、自動化ニーズの高まりやOMOマーケティングへの関心の高まりなどを背景に引き続き見通しは良好である。そうしたなか、主力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ほか、開発・導入サービスの売上高も前期比41.1%増と急伸することを見込む。また、2024年6月期末時点の受注残高は過去最高水準に積み上がっている。このこともトップライン拡大に寄与してることが想定される。これらにより、連結ベースの売上高成長率は2024年6月期を上回る見通しだ。利益面に関しては、人材採用・育成やプロモーション活動への投資を積極的に行い、収益性を高めていく計画だ。利益率の高いクラウドサービスで新規アカウントを積み上げることや、原価や販管費の伸びを適切にコントロールすることなどによって収益性の向上を図る。中期経営計画で定めた各種施策を着実に遂行することにより、市場の変化に適切に対応し、業績の拡大に結び付けていく。

サービスごとの業績予想は、クラウドサービスの売上高で前期比8.8%増の1,702百万円を見込んでいる。引き続き、BtoC市場でのシェアを維持、着実に成長させながら、BtoB市場の顧客を積極的に獲得していく。オプション機能の強化、外部アプリとの連携促進、OMO対応の推進によって同サービスの競争力を高め、解約率を安定させながら新規アカウントを積み上げる構えだ。

今後の見通し

開発・導入サービスの売上高は、前期比 41.1% 増の 447 百万円と急伸することを見込む。先述のとおり、機能の標準化や提案の効率化によってリードタイム長期化の問題は解消している。顧客からの引き合いが活況ななか、各案件に迅速に対応し、業績拡大スピードを加速させる。また、2024年6月期に大型で工期の長い案件も受注しており、このことも業績の拡大に寄与することが見込まれる。

機器販売サービスの売上高は前期比 32.6% 減の 64 百万円を見込む。前期比で減収となっているものの、事業活動自体に問題があるわけではない。前期にあった大型機器などの販売を織り込んでいないことが主因であり、前期に急伸した反動という側面が強い。

また、業績予想達成に向けては、新部署設立による受注納品体制と製品開発体制の強化も寄与してきそう。2023年6月期より同社は、先行投資として人員増強に注力してきた。人員リソースの増強によって足元では、納品体制と製品開発体制を担う部署をそれぞれ独立の部署として設置することができるようになっている。受注を拡大させながら製品開発を継続することができる社内体制を構築し、成長スピードを加速させる構えだ。

**2025年6月期の業績見通し**

(単位：百万円)

	24/6 期		25/6 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	1,977	-	2,214	-	237	12.0%
営業利益	346	17.5%	400	18.1%	54	15.6%
経常利益	346	17.5%	400	18.1%	54	15.6%
当期純利益	252	12.8%	281	12.7%	29	11.3%

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

コロナ禍を経て事業環境と顧客ニーズが変化してきていることや、直近の業績動向を受け同社は、2024年8月に新たな中期経営計画（2025年6月期～2026年6月期）を発表した。前中計をローリング補正した格好だが、新中計においても基本方針に変わりはない。「時流製品×ハイタッチサービス」を基本戦略として業績の拡大と企業価値の向上に注力する。WMS市場では、自動化・省力化やOMOマーケティングに対するニーズが高まっている。そうしたなかで同社は、「BtoBに広がるWMSニーズ」、「労働力不足を補う自動化トレンド」、「進む店舗のスマート化とオンラインとの融合」を優先的に対応する時流と定めている。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、研究開発及び製品開発、加えて人材採用・育成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ては、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。

業績目標に関しては、2024年6月期もクラウドサービスの業績が好調だったことを受け上方修正を行った。最終年度の2026年6月期にクラウドサービスの売上高を1,896百万円（2024年6月期比21.2%増、前回公表値から21百万円増）、経常利益を493百万円（同42.5%増、同59百万円増）に拡大させることを目指す。また、体制強化のための人員採用に関しては、2027年6月期までに157名に増員する計画だ。外部環境の変化を反映した中計の方向性が妥当なことや、クラウドサービスは高収益かつ安定した収益基盤であること、BtoB案件が増加するなかで単価の上昇も期待できることなどから、利益目標の上振れ着地も期待できると弊社は推察する。

#### 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企業特有のニーズに応えることにより、BtoB企業の新規獲得を推進していく。BtoB企業の新規獲得に注力する理由は、足元での引き合いが活況を呈していることに加えて、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BtoB市場へと進出することによって、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。

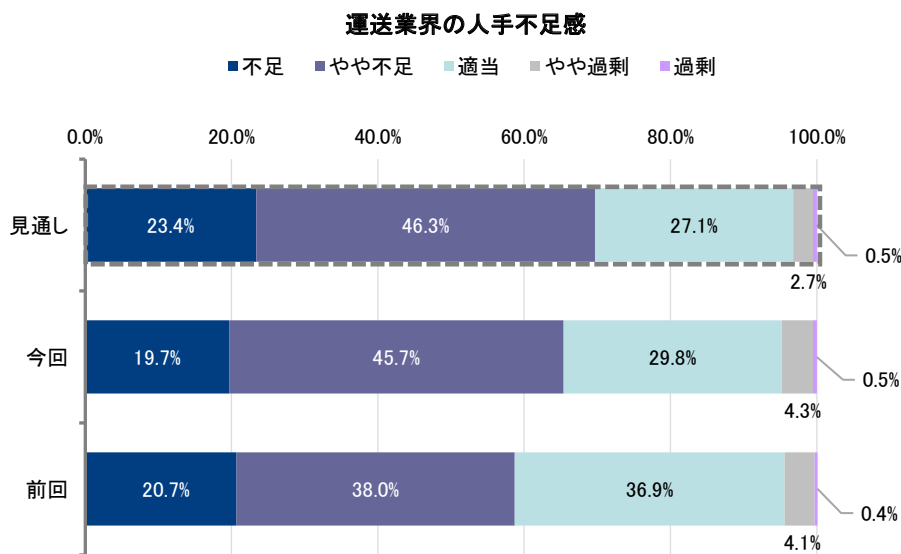
中長期の成長戦略

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の作り込みを行っている。直近では、「ロジザード ZERO-STORE」にネット注文の店舗受取・店舗出荷機能を標準機能として追加したほか、BtoB に特化した基幹システムとの連携として「商蔵奉行クラウド」との API 連携を開始している。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成り立ちがある。この特性上、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。こうしたなか、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)ヘ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) 労働力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。足元では在庫予測・粗利最大化ツール「LTV-Zaiko」との連携開始によって、在庫データの取得及び集計にかかる時間の大幅短縮を実現するなど、顧客の業務効率化や自動化に資する外部システムとの連携を積極的に推進している。

※ 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。



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) 進む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「ロジザード ZERO-STORE」「ロジザード OCE」の開発と受注を推し進める。2024 年 6 月期は、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てきた。今後も顧客企業のニーズを汲み取りながら機能の強化・拡充に注力することにより、顧客の在庫管理のより一層の最適化と消費者の購買体験の質向上に貢献していく。

※ 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。

これらの各種製品施策に加えて、ハイタッチなサービスを今後も提供していくために社内組織体制の強化や人事制度の拡充などに重点投資していく方針だ。この方針のもと、2024 年 6 月期には、社員が安心して業務できる制度づくりとして新たな人事制度を設けた。新規採用と同時並行で人事制度の拡充を進めることによって、社員の定着率を向上させ、同社の人材リソースに厚みを持たせていく考えだ。また、人員が増加するなかで、受注納品を担うソリューション部と製品開発を担う製品サービス部を新設している。

そのほか、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と言えるだろう。

## ■ 株主還元策

### 2022年6月期から配当を実施。 2025年6月期は1株当たり18.00円の配当を予想

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。過去の配当実績は、2022年6月期が1株当たり14.95円、2023年6月期が1株当たり12.00円であった。2024年6月期は1株当たり16.00円を予定している。また、2025年6月期は1株当たり18.00円の配当を予想している。

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方針で、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。

足元で同社の主力サービスであるクラウドサービスの業績は好調に推移している。サブスクリプションモデルである同サービスは、安定した収益基盤であると同時に収益性も高い。また、BtoB企業の新規獲得を推進するなかで、案件当たりの単価の拡大も期待できる。トップラインが成長するなかで利益を順調に積み上げていくことができれば配当金額が増加する可能性もあると弊社は考える。

#### 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