

# 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 >>>](#)

2025年9月26日(金)

執筆：客員アナリスト

茂木稜司

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2025年6月期の業績概要	01
2. 2026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	07
4. 事業環境	08
■ 業績動向	09
1. 2025年6月期の業績概要	09
2. 製品施策の実施状況	10
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
■ 中長期の成長戦略	14
1. 前中期経営計画の振り返り	14
2. 新中期経営計画の概要	15
3. 成長戦略	15
4. 弊社の見方	17
■ 株主還元策	18

## ■ 要約

### 主力のクラウドサービスが業績をけん引し増収増益。 MRRの着実な積み上げにより収益性向上に期待

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（2025年6月期のクラウドサービスの売上構成比は79.2%）。

#### 1. 2025年6月期の業績概要

2025年6月期の業績は、売上高が前期比10.1%増の2,177百万円、営業利益が同17.8%増の408百万円、経常利益が同18.3%増の409百万円、当期純利益が同12.1%増の283百万円だった。BtoBに広がるWMS（倉庫管理システム）ニーズ、人出不足を解消する自動化トレンド、並びに店舗のスマート化とオンラインとの融合といった需要に対して各種施策を着実に進めた結果、増収増益を実現した。収益性の高いクラウドサービスにおいて順調に新規アカウントを獲得できたことに加え、開発・導入サービスにおいてもBtoBニーズを持つ案件の増加により、売上高の予算進捗率は98.3%に達した。営業利益以下の各利益はいずれも2ケタの伸長を示し、売上高の増加率を上回った。その結果、営業利益率は同1.2ポイント上昇し18.7%となった。また、中期経営計画の下で人材投資や製品開発投資を積極的に実施しつつ、コストの増加を適切な水準に抑制したことも利益の急伸に大きく寄与した。

#### 2. 2026年6月期の業績見通し

2026年6月期の業績は、売上高で前期比12.1%増の2,439百万円、営業利益で同12.9%減の355百万円、経常利益で同13.0%減の356百万円、当期純利益で同8.6%減の258百万円を見込んでいる。事業環境に関しては、クラウド型WMSに対するニーズのBtoB領域への拡大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ほか、対顧客向け業務時間の増加や業務効率化を目指した業務プロセスの再設計を通じた成長により売上高は増収を見込み、売上高成長率も2025年6月期を上回る見通しだ。利益面に関しては、AIを含む先端テクノロジーの導入、業務プロセスの抜本的改革や人材育成を含む人的資本への積極投資、IR活動への投資により減益の見通しである。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、原価や販管費の伸びを適切にコントロールすることで収益性を確保する。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。

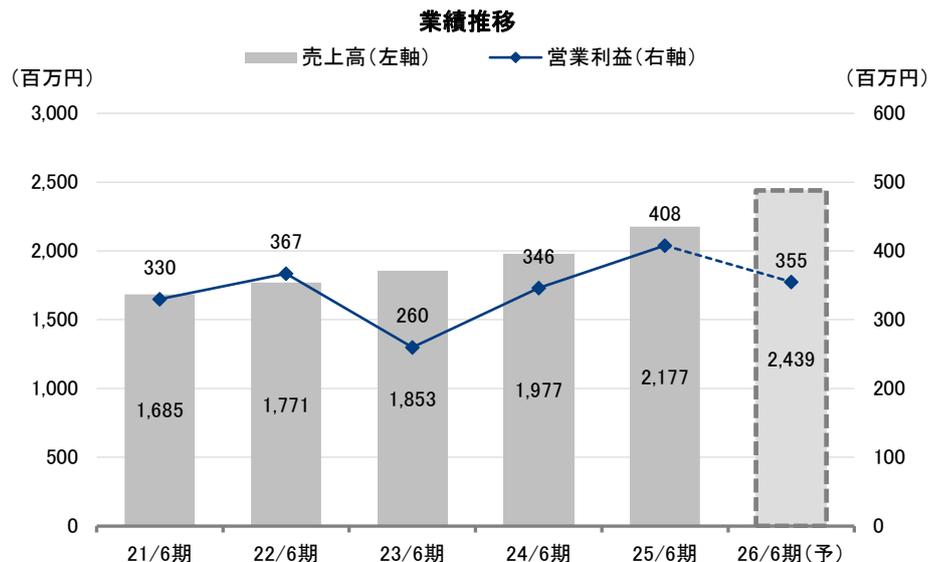
要約

3. 中期経営計画の概要

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×ハイタッチサービス」を中期経営計画の基本成長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・省力化や物流DX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」「人手不足を解消する自動化トレンド」「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ハイタッチ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。さらに次期中計を視野に入れた新規サービスのローンチを今中計期間中に実施し、売上成長スピードの加速を図る構えである。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2028年6月期には、主力のクラウドサービスの売上高で2,397百万円(2025年6月期比39.1%増)、営業利益で539百万円(同31.8%増)を目指す。また、人員に関しては2028年6月期までに177名まで増員する計画だ。

Key Points

- ・ 2025年6月期は増収増益、主力のクラウドサービスが業績をけん引
- ・ MRRの着実な積み上げにより収益性のさらなる向上が期待される
- ・ 2026年6月期も増収減益を見込む。外部環境の見通しは良好
- ・ 中期経営計画では物流DX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、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、業界や社会に貢献したい」という思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に広がるWMSニーズ」「人手不足を解消する自動化トレンド」「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む。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

## 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。2025年6月期末のサービス別の売上構成比は、クラウドサービスが79.2%、開発・導入サービスが16.8%、機器販売サービスが4.0%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。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) 倉庫管理システム (WMS) 「ロジザード ZERO」

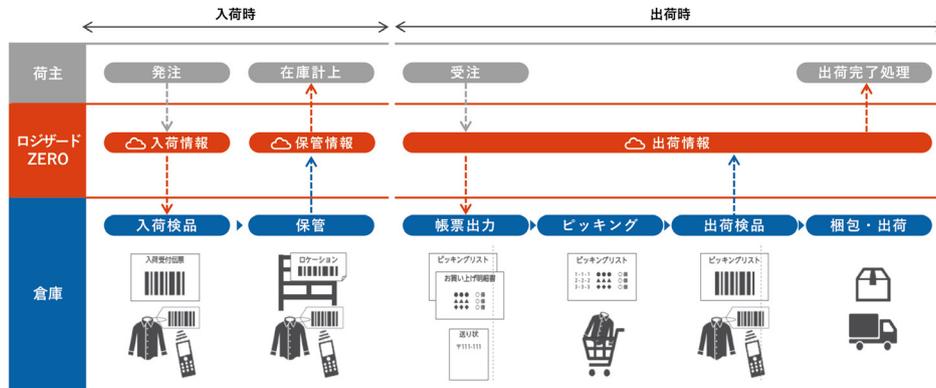
小売業、流通業、3PL企業を顧客として倉庫内に保管されている商品（在庫）の数を正確に把握するとともに、倉庫内作業の効率化を実現するシステムである。商品の入荷から出荷、返品、庫内での棚移動まですべての商品の動きをバーコードで読み取り、物理的に管理することで、「正確な在庫管理」「誤出荷の防止」「倉庫内作業の効率化（標準化）」を実現している。主な機能は、物流現場の効率化・省力化を実現するためのマテハン・物流ロボットとの連携機能、賞味期限などの有効期限を管理する商品管理機能のほか、リピート通販の正確性・効率性を向上させる同梱物管理機能、保管場所や商品から在庫照会が可能な在庫・状況照会機能、ログインパスワード管理などができるセキュリティ対応機能、店舗在庫管理システム「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、固定式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・短時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。加えて、外部システムとの連携も着実に進行しており、2025年4月にはYE DIGITAL<2354>が提供する倉庫自動化システム「MMLogiStation」との連携強化に向けた取り組みを開始するなど、同サービスの利便性の向上に継続的に取り組んでいる。

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。

会社概要

ロジザード ZERO の対応領域



出所：「事業計画及び成長可能性に関する資料」より掲載

(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。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・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。

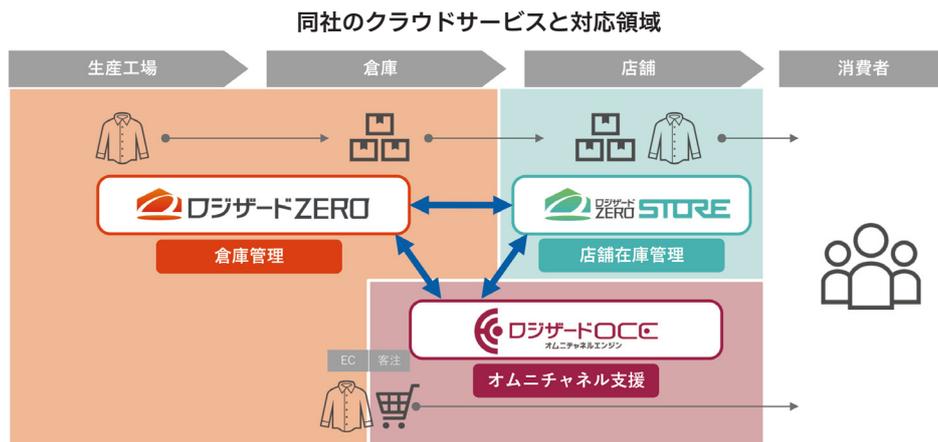
会社概要

**(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 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、今後も堅調に推移するものと弊社は考える。

※ 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) で継ぎ目なく購入できるようにすること。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」を提供する。

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。



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」では月額固定料か月額従量料を、「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あわせて利用できる。外部システムとの連携は、連携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、パートナーを通しての営業活動がある。パートナーについては、「ロジザード」シリーズと連携したシステムを開発・販売する連携パートナーと、代理店などの販売パートナーに分かれている。連携パートナーには、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。

会社概要

顧客獲得の手法については、展示会や Web 広告に加え、イントロダクションパートナーと呼ばれる紹介制度など、ユニークな仕組みが導入されている。セミナーや展示会は来場者数が増加傾向にある。既存顧客には情報収集の機会として開放しており、顧客接点の創出にもつながっている。また、WMS の豊富な導入実績も後押しし、Web サイト経由での問い合わせも多い。

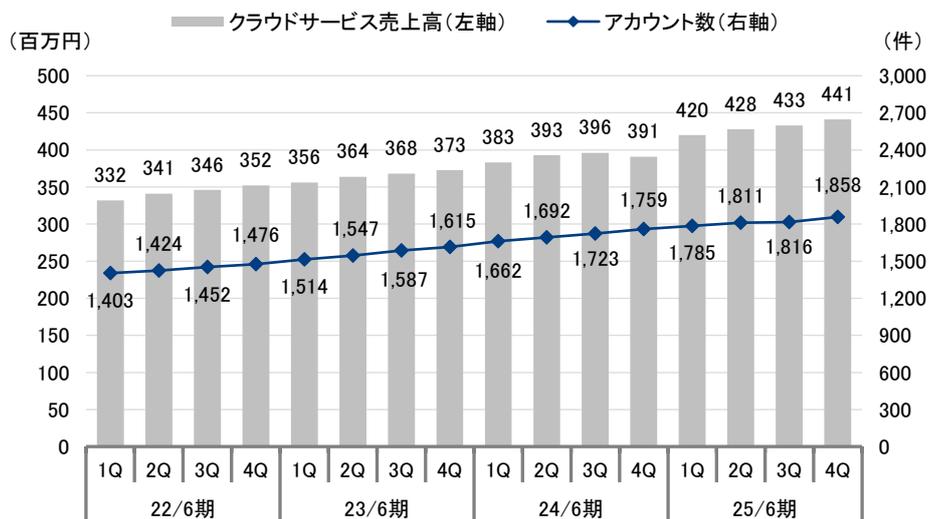
また、ロジザードという社名から倉庫会社と誤認されるケースもあり、そうした問い合わせに対しては、同社のネットワークから物流倉庫会社を完全無料で紹介する「ロジザード・マッチン」を提供する。これは将来の顧客獲得につながるユニークな取り組みであると弊社では考える。

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、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寄与している。今後も既存顧客の解約率を低位安定させながら新規顧客を積み増すことにより、業績は堅調に拡大するもの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。

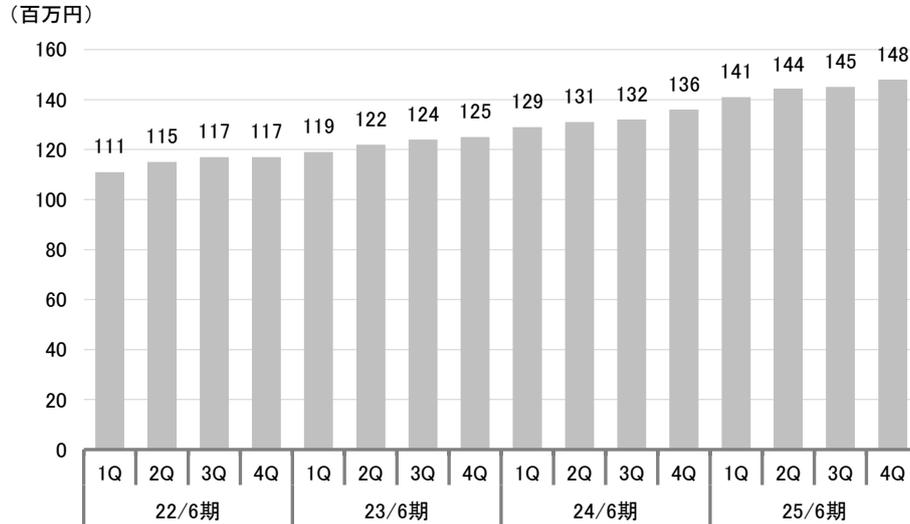
クラウドサービス売上高とアカウント数の推移



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「2025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51.2%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うかがえる。このような環境の中で、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

### クラウドサービスの売上が全体をけん引。 各段階利益は2ケタ伸長を達成

#### 1. 2025年6月期の業績概要

2025年6月期の業績は、売上高が前期比10.1%増の2,177百万円、営業利益が同17.8%増の408百万円、経常利益が同18.3%増の409百万円、当期純利益が同12.1%増の283百万円だった。BtoBに広がるWMSニーズ、人手不足を解消する自動化トレンド、並びに店舗のスマート化とオンラインとの融合といった需要に対して各種施策を着実に進めた結果、増収増益を実現した。収益性の高いクラウドサービスにおいて順調に新規アカウントを獲得できたことに加え、開発・導入サービスにおいてもBtoBニーズを持つ案件の増加により、売上高の予算進捗率は98.3%に達した。営業利益以下の各利益はいずれも2ケタの伸長を示し、売上高の増加率を上回った。その結果、営業利益率は同1.2ポイント上昇し18.7%となった。また、中期経営計画の下で人材投資や製品開発投資を積極的に実施しつつ、コストの増加を適切な水準に抑制したことも利益の急伸に大きく寄与した。

収益性の向上を背景として、期初業績予想に対する達成率は売上高が98.3%、営業利益が101.9%、経常利益が102.3%、当期純利益が100.8%であった。各段階利益はおおむね好調に推移している。売上原価に関しては、労務費は人材の増強に伴い賃金が前期比6.4%増、外注費は受注納品や製品開発投資の拡大により同40.0%増、アカウントの増加に伴うサーバー容量の追加やセキュリティ強化への投資によりサーバー費用は同11.2%増加した。さらに、前期に実施したオフィスの増床に伴う賃借料の増加や、ソフトウェア資産の積み上げによる減価償却費の増加もあった。販管費においては、体制整備に伴う人員獲得の結果、人件費が前期比9.5%増加した一方、研究開発フェーズから製品開発フェーズへの移行に伴い、研究開発投資が同40.1%減少した。また、その他の費用として旅費交通費や受注支援費が増加した。

サービス別の業績を見ると、主力であるクラウドサービスの売上高は、新規アカウント増加により前期比10.2%増の1,723百万円、売上総利益は同17.0%増の1,092百万円、予算進捗率は101.3%と計画を超過した。中期経営計画に基づきBtoB市場での顧客獲得に注力した結果、BtoB企業からの新規取引が順調に進展した。加えて、従来の主要顧客であるBtoC企業からの引き合いも好調に推移したため、2025年6月期末時点のアカウント数は前期末比で99件増加し1,858件、MRRは同8.9%増の148百万円に拡大した。外部システムとの連携や製品機能の強化、さらにオンラインとオフラインを融合したプロモーション活動を積極的に実施した結果、解約率を低水準に抑えながら新規顧客の獲得に成功し、業績拡大に寄与した。RFIDオプション機能については、バーコードに比べてコストが高い点や電波の届き方といった課題の改善に引き続き注力している。導入実績については、イオンリテール(株)が手掛けるドレス・フォーマルウェアのレンタルサービス「LULUTI」での採用など、一定の成果が見られた。

業績動向

開発・導入サービスの売上高は前期比 15.2% 増の 365 百万円、売上総利益は同 21.4% 減の 81 百万円であった。BtoB 領域における旺盛なニーズを背景に、大型案件や既存取引先からの継続案件の受注が相次ぎ、売上高は順調に拡大している。開発案件の複雑化により工数は増加し、受注から納品までのリードタイムは長期化する傾向にあるものの、こうした案件は単価や取引規模も大きく、結果として売上高の押し上げに大きく寄与している。売上総利益は一時的に減益となったが、BtoB 案件の積み上がりとともに中長期的な成長余地は一層高まっていると弊社では考える。機器販売サービスの売上高は前期比 8.7% 減の 87 百万円、売上総利益は同 14.7% 減の 34 百万円であった。専用プリンター及び帳票などのサプライ品の販売が順調に推移したが、前期に発生した大型案件機器販売の反動減により前期比では減収減益となった。

2025年6月期の業績

(単位：百万円)

	24/6 期		25/6 期		増減額	増減率
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	1,977	-	2,177	-	199	10.1%
営業利益	346	17.5%	408	18.7%	61	17.8%
経常利益	346	17.5%	409	18.8%	63	18.3%
当期純利益	252	12.8%	283	13.0%	30	12.1%
1株当たり当期純利益	78.87	-	87.91	-	9.04	11.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 製品施策の実施状況

### (1) BtoB に広がる WMS ニーズ

BtoB に広がる WMS ニーズの取り込みに関しては、(株)SODA と (有)LOWTEX が運営する「KICKS LAB.」の導入事例が存在する。

SODA の事例では、前例のない CtoC 物流の導入であった。CtoC 物流は、製品や商品を中央の倉庫や工場から直接遠方へ配送し、中間地点での在庫保管を行わないスルー出荷を基本とする。そのため、物流センターに届く商品は出荷先が決まっており、商品の流れが速く、商品管理の難易度が高いという課題があった。また、二次流通のためメーカーのバーコードでの管理ができない点や、自社の基幹システムは在庫管理機能を有していなかった点も課題であった。ロジザード ZERO の導入により、インストア JAN コードで商品をシステム管理し、自動梱包機との連携で出荷作業を自動化した。結果、商品管理工数が激減し、入荷から出荷までのリードタイムが「中 2 日」から「中 1 日」へ短縮、出荷能力が 3 倍に向上した。

また、KICKS LAB. の事例では、商品数の増加と売上拡大に伴い、店舗に 1 台のハンディターミナルでの在庫管理が限界となり、リアルタイムの在庫確認ができないことで、接客中の顧客待ち時間発生や機会損失が大きな課題であった。これに対し、ロジザード ZERO-STORE を導入したことで、スマートフォンから即座に正確な在庫照会が可能となったことで、顧客を待たせることなく代替案の提案まで行え、接客の質と顧客満足度が大幅に向上した。ハンディターミナル増設のハードルも解消し、ShopifyPOS との連携により店舗・EC のポイント共通化も実現し、OMO の課題解決にも貢献した。特に在庫照会機能は日々多用され、業務に不可欠となっている。

## 業績動向

## (2) 人手不足を解消する自動化トレンド

人手不足を解消する自動化トレンドについては、YE DIGITAL が提供する倉庫自動化システム「MMLogiStation」との連携強化に向けた取り組みを開始した。これは、物流業界が直面する物価高騰、人手不足（2024年問題）、システム老朽化（2025年の崖）といった喫緊の課題解決を目的としている。WES（倉庫実行システム）でトップシェアの「MMLogiStation」と、WMS（倉庫管理システム）でトップシェアの「ロジザード ZERO」が連携することで、カスタマイズ不要でシームレスなシステム接続が実現する。これにより、中規模事業者にとっては、必要な自動化設備をオプションのように選択し、プラグイン形式で機器を追加することで、段階的な「スモールスタート」での自動化導入が可能となる。両社の連携は、自動化設備導入にかかる開発期間とコストを大幅に削減し、現場規模を問わず倉庫自動化を推進することで、物流業界の人手不足解消に大きく貢献することが期待される。

他社製品アプリとの自動連携に関しては、ハングリード（株）が提供するネットショップ管理システム「BOSS」と「ロジザード ZERO」の API ※連携を開始した。本連携により、BOSS とロジザード ZERO 間で、受注・出荷・在庫に関する主要業務データが API を通じて自動連携される。これにより、担当者による CSV ファイルのやり取りや手入力が不要となり、リアルタイムなデータ反映が可能となる。受注から出荷指示、在庫反映までの一連の流れを自動化し、業務負担の軽減と現場運用の安定化に貢献する。BOSS は楽天市場での運用に最適化され、RSL との自動出荷連携にも対応する高拡張性システムであり、ロジザード ZERO との連携は企業の物流課題解決を強力に推進するものであると弊社では考える。

※ 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。

また、（株）KURANDO が提供する庫内業務支援ツール「ロジボード」と「ロジザード ZERO」の API 連携も開始している。ロジボードは物流倉庫内の進捗状況の可視化と日々の実績の蓄積・分析を可能にしており、ロジザード ZERO との連携によりリアルタイム進捗表示や人員配置計画まで支援可能となる。これにより、両サービスの利用者は作業進捗の可視化や業務終了予測時刻の確認を自動で手軽に行えるようになった。個別開発費用や運用開始までの複雑な準備は不要であり、マスタ紐付けのみでリアルタイムの進捗管理が実現する。

## (3) 店舗のスマート化とオンラインとの融合

店舗のスマート化とオンラインとの融合、すなわち OMO について、従来の在庫管理システムは倉庫管理にとどまっていたが、店舗での販売と通販が一体となるケースが増加するなか、倉庫と店舗の在庫管理の一元化が求められている。

これに対する取り組みとして、Shopify アプリ「CocoZaiko（ココザイコ）」をリリースしている。本アプリは、Shopify の商品ページに実店舗の在庫情報を可視化するシンプルな O2O アプリである。EC と実店舗の在庫情報が分断されている課題を解決し、顧客が商品購入時に在庫状況を確認できず購買機会を逃すケースを防ぐことが可能となる。本アプリは、商品ページに「店舗の在庫を見る」ボタンを追加し、クリックで各ロケーションの在庫数を表示させる。これにより顧客は最寄りの店舗在庫を確認し、来店や購買意思決定を円滑に進めることが可能となる。導入はロケーション設定、ボタン設置、在庫数登録の 3 ステップで簡単に行え、ボタンの位置、サイズ、色、文言などのデザインも自由に調整できる。

業績動向

クラウド型の店舗在庫管理システムである「ロジザード ZERO-STORE」では、新機能「フォロー発注機能」を追加した。従来の発注作業では、「発注登録」機能を利用し、発注対象の商品を1SKU（在庫管理の最小単位）ずつバーコードでスキャンする必要があった。しかし、新機能の「フォロー発注機能」では、指定期間内に店舗で売れた品番(SKU)や数量を一括で抽出し、自動的に発注候補を生成することが可能になった。これにより、発注にかかる作業時間が大幅に短縮され、効率的な補充発注が実現する。

## 自己資本比率が84.5%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

### 3. 財務状況と経営指標

2025年6月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比319百万円増加の2,576百万円となった。このうち流動資産は、同188百万円増の2,048百万円となった。これは主に、売掛金の回収によって現金及び預金が169百万円増加したことによる。固定資産は同131百万円増の528百万円となった。これは主に、「ロジザード ZERO」の基本機能のバージョンアップによってソフトウェアが同124百万円増加したことによる。

負債合計は前期末比67百万円増加の399百万円となった。これは主に、賞与の増加により未払費用が同11百万円、利益の増加により未払法人税等が同25百万円増加したことによる。純資産は同251百万円増加の2,176百万円となった。これは主に当期純利益の計上により利益剰余金が同227百万円増加したことによる。

経営指標を見ると、流動比率が前期末比48.2ポイント下落の512.4%、固定比率が同4.2ポイント上昇の24.3%と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0.8ポイント下落の84.5%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。

#### 貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	24/6期	25/6期	増減
<b>流動資産</b>	1,860	2,048	188
現金及び預金	1,537	1,707	169
<b>固定資産</b>	396	528	131
<b>総資産</b>	2,256	2,576	319
<b>負債合計</b>	331	399	67
流動負債	331	399	67
<b>純資産</b>	1,924	2,176	251
利益剰余金	1,453	1,680	227
<b>負債純資産合計</b>	2,256	2,576	319
<b>【主要経営指標】</b>			
自己資本比率	85.3%	84.5%	-0.8pp
流動比率	560.6%	512.4%	-48.2pp
固定比率	20.1%	24.3%	4.2pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2026年6月期は先行投資フェーズのため増収減益。 キャパシティの増強による収益性向上に期待

2026年6月期の業績は、売上高で前期比12.1%増の2,439百万円、営業利益で同12.9%減の355百万円、経常利益で同13.0%減の356百万円、当期純利益で同8.6%減の258百万円を見込んでいる。事業環境に関しては、クラウド型WMSに対するニーズのBtoB領域への拡大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ほか、対顧客向け業務時間の増加や業務効率化を目指した業務プロセスの再設計を通じた成長により売上高は増収を見込み、売上高成長率も2025年6月期を上回る見通しだ。利益面に関しては、AIを含む先端テクノロジーの導入、業務プロセスの抜本的改革や人材育成を含む人的資本への積極投資、IR活動への投資により減益の見通しである。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、原価や販管費の伸びを適切にコントロールすることで収益性を確保する。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は前期比10.7%増の1,908百万円、開発・導入サービスの売上高は、同26.6%増の462百万円、機器販売サービスの売上高は同20.7%減の69百万円を見込む。引き続きBtoC市場でのシェアを着実に維持・拡大しつつ、成長余地の大きいBtoB市場において新規顧客獲得を積極的に進める方針である。オプション機能の強化や外部アプリとの連携促進、さらにOMO対応の推進によってサービスの競争力を一段と高め、解約率を低位安定させながらアカウント数を積み上げる戦略である。加えて、既存サービスラインから得られるデータを活用した新たなビジネス展開や、他社製品とのAPI連携強化に一層注力していく方針であり、こうした取り組みを加速させるため、業務提携に加えM&Aや資本提携も視野に入れている。特に他社製品とのAPI連携強化は、オプション収益の積み増しと顧客利便性の向上を同時に実現する有効な戦略であると弊社では考える。サービス価格については単純な値上げは考えておらず、ターゲットをBtoB領域に広げることでトップラインを成長させる方針である。BtoCが従量課金を中心とするのに対し、BtoBでは固定課金を基本としているため、顧客の規模や利用環境に応じてより高単価での受注も可能である。

また、MRRの拡大においては導入を担う人材の確保が不可欠であり、継続的な採用と育成を通じて組織基盤を強化している。2026年6月期はエンジニア10名、コーポレート・営業10名、計20名の採用を計画しており、以降も人材増強を継続する方針である。新規採用者が独り立ちして戦力化するには一定の時間とコストを要するが、教育体制の拡充により効率化が進み、将来的な成長力の底上げにつながっている。また、これまでは若手層の採用が中心であったが、2026年6月期は中堅層の採用も強化する方針である。これにより、中長期的な組織体制が一層整ってくるものと思われる。こうした取り組みの積み重ねにより、サブスクリプションモデルの強みを生かした安定成長をさらに確固たるものとしていく構えである。先端テクノロジーの導入、業務プロセスの抜本的改革、人材投資といった取り組みは、短期的には収益を押し下げる要因であるものの、単なる毀損ではなく将来の収益拡大に向けた布石であり、同社が持続的成長を果たすための戦略的かつ必要不可欠な投資であると弊社では見ている。

今後の見通し

### 2026年6月期の業績見通し

(単位：百万円)

	25/6期		26/6期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	2,177	-	2,439	-	261	12.1%
営業利益	408	18.7%	355	14.6%	-53	-12.9%
経常利益	409	18.8%	356	14.6%	-53	-13.0%
当期純利益	283	13.0%	258	10.6%	-25	-8.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中長期の成長戦略

### 製品開発及び人材への積極的な投資を通じて、 業績の拡大と企業価値の向上を加速させる

#### 1. 前中期経営計画の振り返り

主力であるクラウドサービスの売上高と営業利益はいずれも3期連続（2023年6月期～2025年6月期）で当初計画を上回って着地した。営業利益は特にクラウドサービスの売上高が想定を超過したことで回復が前倒しとなり、2024年6月期以降も計画を上回るペースで推移した。

前中期経営計画期間においては、時流対応戦略と人材戦略という2つの施策に注力した。時流対応戦略では、With コロナの新常態における物流ニーズの獲得に先行投資した。OMO対応ではロジザード ZERO-STORE におけるネット注文の店舗受取、店舗出荷・在庫フォロー発注といった機能追加に加え、スマレジ等の周辺アプリケーションとの自動連携を実装した。人手不足解決に向けた省力化・自動化では物流ロボットの標準連携先を拡充し、RFIDのオプション機能を搭載、他社アプリケーションとの自動連携も多数追加した。さらに新たな物流トレンドへの対応として、システムリプレイスやDXニーズに応じ、BtoB物流機能を追加してBtoB向けクラウド型WMSニーズに対応した。機能面の横展開と連携性拡張は、新規アカウント獲得のみならず、解約抑止と単価引き上げの双方に寄与しうするため、クラウド収益の質的向上に資するものであると弊社では見ている。

人材戦略では将来の成長を担う人材の積極採用と早期育成に投資した。2025年6月期末の人員は132名で、2022年6月期末比29名増と当初計画をやや下回る着地であるものの、HR専門人員の配置や採用後の教育カリキュラムの整備を進め、納品と製品開発を同時に可能とする体制、福利厚生充実、長期的成長を志向する人事制度の整備、オフィスの拡張を行った。

## 2. 新中期経営計画の概要

同社は、製品開発及び人材への積極的な投資を通じて、事業規模の拡張と業績の加速を目的とした新中期経営計画を公表した。「時流×ハイタッチサービス」を基本成長戦略として、業績の拡大と企業価値の向上に注力する基本方針に変わりはない。ここでいう「ハイタッチ」とは、「顧客と1対1のコミュニケーションをとるなかで、課題・要望を丁寧にヒアリングし、それぞれの顧客に適した対応をしていく」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。最終年度である2028年6月期には売上高3,113百万円（2025年6月期比43.0%増）、営業利益539百万円（同31.8%増）、MRR209百万円（同40.5%増）を目標に据える。

売上高については、クラウドサービスをけん引役として、BtoB企業への取り組み強化を通じてMRRを安定的に拡大させる見込みである。さらに次期中計を視野に入れた新規サービスのローンチを今中計期間中に実施し、開発売上についても顧客の多様なニーズに応えるかたちで伸長を見込むことで、売上成長スピードの加速を図る構えである。営業利益については、2026年6月期については、2023年6月期と同様に人材採用投資を加速するため減益を見込んでいる。一方で、2027年6月期以降は、人材の成長・戦力化による増収と利益率の改善を計画している。MRRについては、従来のBtoC企業からの案件に加え、BtoB企業への取り組み強化により堅調に積み上げを図る方針である。また、追加採用人材の戦力化と受注体制の拡大によってMRRの積み上げ量が増加すると見込んでいる。新中期経営計画の方向性は、外部環境の変化を反映した適切な内容であり、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見込めることなどから、中長期的な成長に大きく期待できると弊社では見ている。

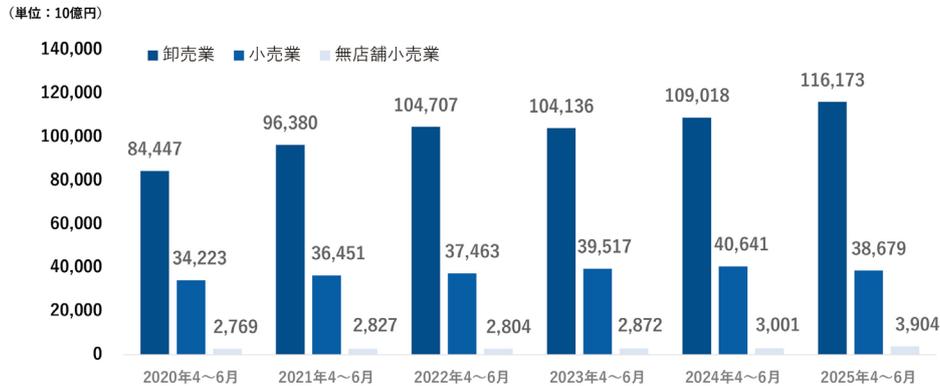
## 3. 成長戦略

### (1) BtoB企業への取り組み強化

BtoB企業への取り組みを強化し、変化する事業環境下で拡大する課題の解決に資する。人口減少に伴う労働力不足と需給ひっ迫による賃金上昇により、企業には省人化・自動化が求められる。同時に生産性向上のためのDXが不可欠であるが、老朽化したレガシーシステムが推進の阻害要因となっている。一方、経済産業省が公表する2025年4～6月の「卸売業、小売業、無店舗小売業（通販）販売額の推移」に着目すると、小売業の販売額は昨年より微減である一方、企業間取引である卸売業の販売額は拡大し、無店舗小売業の伸長は購買チャネルの多様化とテクノロジーの進展を反映して着実に伸びている。こうした環境認識の下、同社はこれまでの知見を活用し、物流2024年問題やレガシーシステム課題に直面するBtoB及びBtoC企業に対するサービス展開を加速させる。そのなかでも、これまでより規模の大きいBtoB企業を注力領域として掲げており、大規模なBtoB企業には、出荷量が多いことやOMO、Robot、RFIDなどのニーズが高いといった特徴が挙げられる。

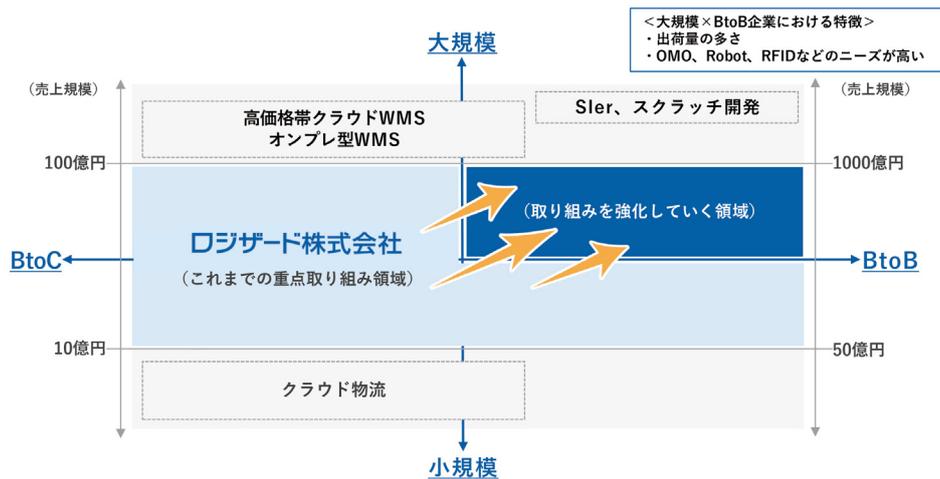
中長期の成長戦略

卸売業、小売業、無店舗小売業（通販）販売額の推移



出所：「事業計画及び成長可能性に関する資料」より掲載

BtoB 企業への取り組み強化のイメージ



出所：「事業計画及び成長可能性に関する資料」より掲載

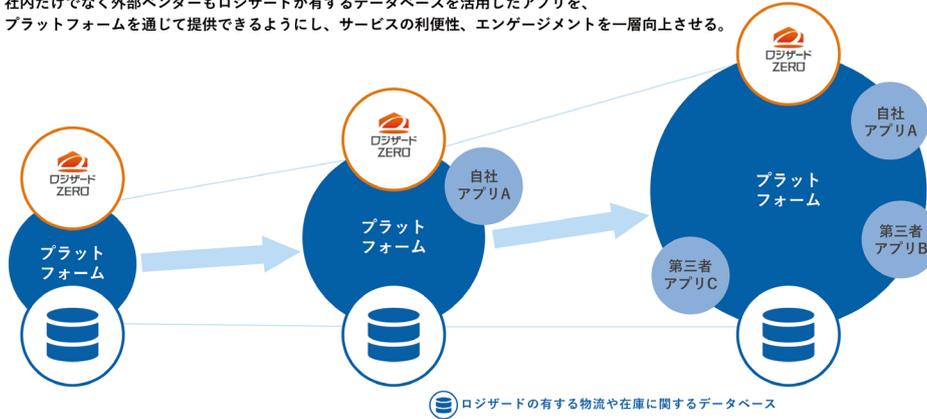
(2) 共創型モデルによるアプリケーションプラットフォームの提供

共創型モデルによるアプリケーションプラットフォームとは、生成 AI により誰もが容易にアプリを構築できる時代に対応し、ロジザード ZERO を中核に社内外のベンダーが同社のデータベースを活用したアプリをプラットフォーム経由で提供可能とする構想である。対象範囲、社会的意味、社会的影響という3つの領域で新規サービスを開発し、サプライチェーンにおいてなくてはならない存在を目指す。

中長期の成長戦略

共創型モデルによるアプリケーションプラットフォームの成長イメージ

生成AIによって誰もが簡単にアプリを作れる時代に対応し、ロジザードZEROを中心としたアプリケーションプラットフォームを構築。社内だけでなく外部ベンダーもロジザードが有するデータベースを活用したアプリを、プラットフォームを通じて提供できるようにし、サービスの利便性、エンゲージメントを一層向上させる。



出所：「事業計画及び成長可能性に関する資料」より掲載

(3) ハイタッチサービスを推進するための人材投資

ハイタッチサービスを推進するための人材投資として、2028年6月期に177名（2025年6月期比45名増）までの拡充を計画し、採用に継続投資する。業務効率を高めるために組織・体制を整備し、AIを業務に活用して各人の作業効率を引き上げる。事業運営力向上をねらった組織改革として、全社の工数を高頻度で分析しデータに基づく業務改善を推進する業務プロセス改革室を新設し、業務DXによる効率化を進める。また、契約事務を集中処理してフロント業務の負荷を軽減し、処理精度向上と業務フローの確立を担う契約事務課を新設する。これらの施策により個人及び組織の業務効率を引き上げ、営業現場がより案件獲得に集中できる環境を整える。

4. 弊社の見方

同社の成長戦略は、クラウド型WMSを中核としたサブスクリプションモデルにより、安定した収益基盤を築いている点に特色がある。新中期経営計画では、2028年6月期に売上高3,113百万円（2025年6月期比43.0%増）、営業利益539百万円（同31.8%増）、MRR209百万円（同40.5%増）を目標として掲げており、売上高・営業利益・MRRのいずれも着実な成長軌道を描いていることが確認できる。特にMRRはサブスク事業の将来性を示す重要指標であり、長期的に積み上がる予測可能な収益は景気変動に左右されにくい体質を構築する要素となっている。

同社の強みは、単なるシステム提供にとどまらず、ハイタッチサービスによる伴走支援を通じて高い継続率を実現している点にある。既存顧客からのアップセルや追加機能の提供により収益性を高めつつ、BtoB領域での新規導入によってMRRの拡大を継続している。労働力不足が加速させる物流DXの需要は構造的な追い風であり、同社のクラウド型WMSがその受け皿となる構図は今後も継続すると弊社では見ている。

## 中長期の成長戦略

一方で、2026年6月期は採用や教育といった人材投資を強化することから短期的な営業利益は減少する見通しである。しかし、これはサービス品質の向上と顧客満足度の向上につながり、結果として解約率を低下させる効果を持つと弊社では考える。中長期的にはAIやデータ活用を組み込んだ新サービス開発や共創型プラットフォームの展開を進め、サブスク基盤の上に新たな収益源を積み上げていくことが期待される。

総じて、同社は短期的な収益変動を許容しつつも、サブスクモデルによる安定収益とBtoB市場拡大の成長機会を背景に、持続的成長に対する蓋然性は高いものと弊社では見ている。

## ■ 株主還元策

### 2022年6月期から配当を実施。 2026年6月期は1株当たり18.00円の配当を予想

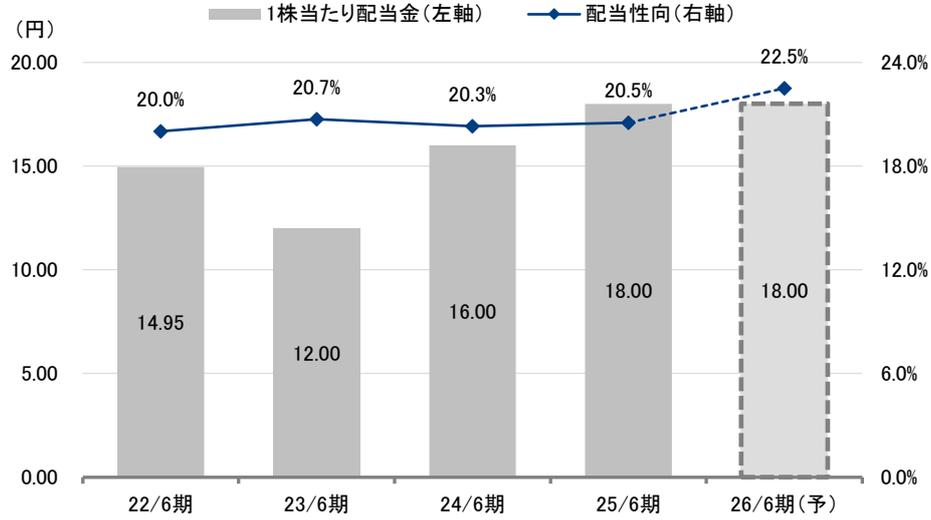
事業基盤の拡大により、人材や製品への投資などによる事業成長を図りながらも安定的な収益を確保できる見通しが立ったことから、2022年6月期から配当を実施している。過去の配当実績は、2022年6月期が1株当たり14.95円、2023年6月期が同12.00円、2024年6月期は同16.00円、2025年6月期は同18.00円であった。2026年6月期は同18.00円の配当を予想している。

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%とすることを基本方針に掲げている。2026年6月期は先行投資による減益を計画しており、目標とする配当性向20%と照らし合わせると1株当たり16.07円となる。しかしながら、同社では先行投資による減益を理由に配当を引き下げず、据え置きの18.00円を決定した。これは同社の株主還元を最大限重視する姿勢の表れであると弊社では見ている。

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ることができれば、配当金額が増加する可能性もあると弊社では考える。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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