

|| 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 >>>](#)

2026年3月18日(水)

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. 2026年6月期中間期の業績概要	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. 2026年6月期中間期の業績概要	09
2. トピックス	11
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
■ 中長期の成長戦略	16
1. 中期経営計画の概要	16
2. 成長戦略	16
3. 弊社の見方	18
■ 株主還元策	19

■ 要約

BtoB企業での導入が堅調に拡大。MRRは過去最高の伸びを記録

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」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。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. 2026年6月期中間期の業績概要

2026年6月期中間期の業績は、売上高が前年同期比4.6%増の1,157百万円、営業利益が同33.4%減の174百万円、経常利益が同32.9%減の176百万円、中間純利益が同35.7%減の125百万円となった。売上高・営業利益・中間純利益はいずれもおおむね計画どおりに進捗しており、安定した成長を示している。利益面では積極的な人材投資により減益となった一方、主力とするクラウドサービスが業績をけん引し、MRR※は159百万円(前年同期比10.3%増)と過去最高の伸びを記録した。通期予算に対する進捗率も59.3%に達した。これは、出荷件数増加に伴う従量課金の伸長に加え、中堅企業を中心としたBtoB企業への導入拡大が寄与している。積極的な投資を継続するなか、足元のMRR拡大は成長加速に向けた順調な滑り出しと位置付けられる。

※ Monthly Recurring Revenueの略。毎月継続的に得られる収入のこと。

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。事業環境は、クラウド型WMS※に対するニーズがBtoB領域へ拡大していることを背景に引き続き良好である。主力のクラウドサービスは好調に推移しており、対顧客向け業務時間の増加や業務効率化を目的とした業務プロセスの再設計を通じて売上高は増収を見込み、成長率も2025年6月期を上回る見通しだ。利益面ではAIを含む先端技術導入や業務改革、セキュリティ強化、人材育成、IR強化などへの先行投資を実施するため減益見通しであるが、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とともに、原価及び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。中間期でMRRが過去最高の伸びを記録し、予算進捗もおおむね計画どおりであることから、通期計画達成の確度は高まりつつあると弊社では見ている。

※ Warehouse Management Systemの略。倉庫管理システムのこと。

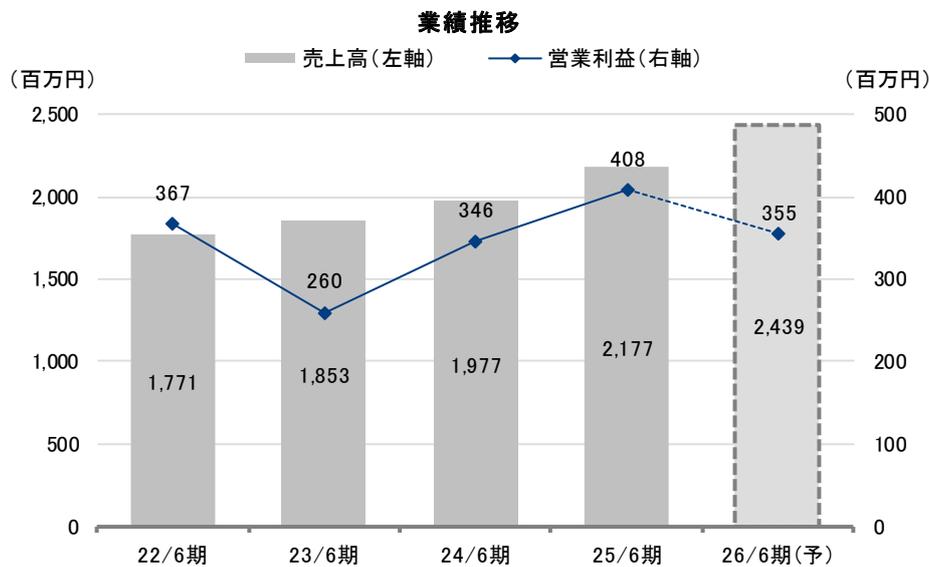
要約

3. 中期経営計画の概要

同社は「時流×ハイタッチサービス」を基本成長戦略に掲げ、業績の拡大と企業価値の向上を目指している。具体的には、物流DXや自動化・省力化へのニーズが高まるなか、「BtoB企業への取り組み強化」「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」「ハイタッチサービスを推進するための人材投資」の3点を成長の柱と位置付けている。特に、競争が激化するBtoC市場でシェアを維持しつつ、引き合いが活況なBtoB領域へ事業軸を拡大させることで、収益基盤のさらなる強化を図る。さらに次期中期経営計画を視野に入れた新規サービスの市場投入によって売上成長スピードの加速を図る。これらを支える基盤として、人員の拡充と社内人事制度のさらなる整備も推進する。各種の施策を通じて、最終年度となる2028年6月期には、3,113百万円(2025年6月期比43.0%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

- ・ 2026年6月期中間期はクラウドサービスの堅調により、MRRは過去最高
- ・ 2026年6月期は先行投資により減益予想も、BtoB領域を開拓し増収を目指す
- ・ 2028年6月期に売上高3,113百万円、営業利益539百万円を目指す



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

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。その後、現場のニーズを反映することで対象領域を拡大し、現在では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である。具体的には、物流DXや自動化・省力化へのニーズが高まるなか、「BtoB企業への取り組み強化」「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」「ハイタッチサービスを推進するための人材投資」といった新たなトレンドを自社の業績に取り込む。その実現に向け、製品開発や人材採用・育成への先行投資を行い、中長期的な業績拡大と企業価値の向上に向けた事業基盤のさらなる堅牢化を図る。

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)有限公司の清算が終了

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

主力のクラウドサービスを軸に、導入支援、 機器販売と3つのサービスを展開

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。2026年6月期中間期末のサービス別の売上構成比は、クラウドサービスが79.6%、開発・導入サービスが16.6%、機器販売サービスが3.8%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。

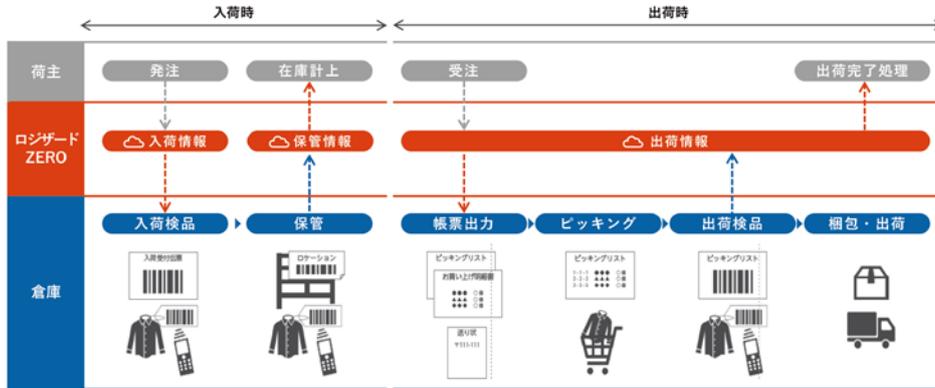
主な機能は、物流現場の効率化・省力化を実現するためのマテハン・物流ロボットとの連携機能、賞味期限など有効期限を管理する商品管理機能のほか、リピート通販の正確性・効率性を向上させる同梱物管理機能、保管場所や商品から在庫照会が可能な在庫・状況照会機能、ログインパスワード管理などができるセキュリティ対応機能、店舗在庫管理システム「ロジザードZERO-STORE」との連携による店舗在庫管理機能など、多岐にわたる。バーコードを読み取るハンディターミナルはオプションとしてレンタルしており、バッテリーの無償交換、故障機の即日交換などにも対応している。そのほか、固定式のバーコードリーダーなどもオプションとして提供しており、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。

同サービスの強みは、専任チームによる手厚いサポート、最短1ヶ月でのスピード導入、そして外部システムとの高い親和性にある。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、荷主からの短納期要請に応える必要がある3PL事業者にとって、指定日までに確実に稼働できる同社の実装力は強力な訴求ポイントとなっている。直近では2025年4月に、YE DIGITAL<2354>の倉庫自動化システム「MMLogiStation」との連携強化を開始するなど、外部連携による利便性向上を継続的に進めている。

具体的な活用シーンとしては、EC注文に基づくピッキング作業が挙げられる。システムが対象商品の正確な保管場所 (棚番号等) と配送先を即座に指示することで、正確かつ迅速な出荷作業を可能にしている。

会社概要

ロジガード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「ロジガードZERO-STORE」

「ロジガード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点である。分析ツールは、店舗での売上を自動で集計・分析を可能とし、販売戦略の立案を支援する。

在庫管理及びPOSレジについては、管理者(本部)と事業所(店舗)それぞれに最適化した機能を提供している。本部は各店舗の在庫・売上・棚卸データを一元管理することで全体最適化を図れる一方、店舗向けではスマートフォンを用いた売上・在庫登録機能、リアルタイムで他店舗在庫の照会が可能となる。これにより、接客時における消費者への迅速な対応と店舗業務の効率化が両立する。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棚位置まで特定できる。

POSレジは、タブレット端末を利用した精算業務支援サービスとの連携により提供している。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送信といった機能を備えている。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可能で、汎用性の高さが特徴である。高価な専用POSレジを必要とせず、タブレット端末で安価に導入できるため、中小規模企業における導入ハードルも低い。2023年9月には高機能クラウドPOSレジ「スマレジ」との連携を開始した。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つとなっている。

(3) OMO支援システム「ロジガードOCE」

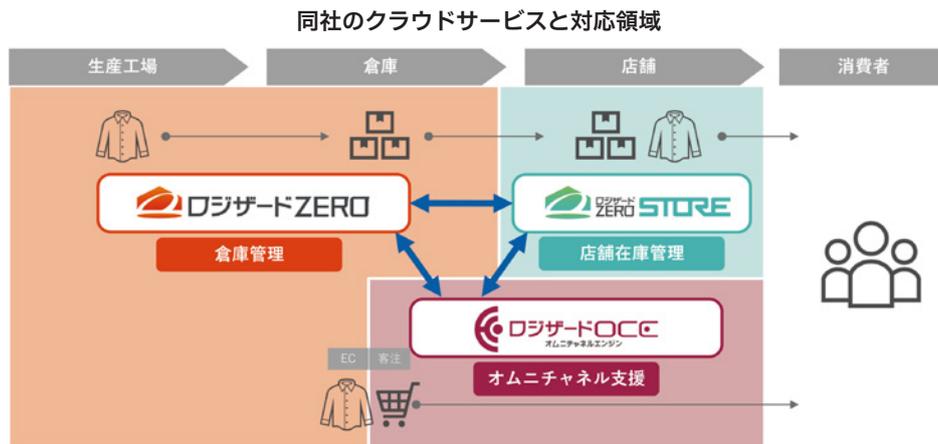
「ロジガードOCE」は、顧客のオムニチャネル※化を支援するシステムである。同社の「ロジガードZERO」や「ロジガードZERO-STORE」と連携することで、店舗及び倉庫の在庫データを一元的に管理し、消費者ごとに最適な出荷・配送を実施できる。具体的な活用シーンとしては、EC注文時に全拠点の在庫状況をリアルタイムで照合し、最短・最効率な配送ルート(店舗出荷または倉庫出荷)を自動で判別する運用などが挙げられる。

※ 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。

会社概要

在庫を一元管理することで、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と接続しても同様の機能を活用できる点も特徴である。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。

※ Online Merges with Offlineの略。オンライン (EC) とオフライン (実店舗) の顧客データを一元管理するシームレスなマーケティング手法。



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

料金体系については、主力サービスである「ロジザードZERO」では月額固定制または従量制を、周辺サービスの「ロジザードZERO-STORE」「ロジザードOCE」では月額固定制を採用しており、顧客や荷主のビジネス特性に応じて選択できるようになっている。外部システムとの連携については、連携パートナーが提供するアプリの活用により、追加開発を伴わず、オプション料のみで迅速なシステム連携が可能である。クラウドサービスによる安定収益を基盤としつつ、オプション提供を通じたアップセルも可能な収益モデルである。

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ある。2026年6月期中間期には、オービックビジネスコンサルタント<4733>とも提携し、オービックビジネスコンサルタントが有する全国約3,000社に及び二次代理店網を通じた販路の拡大を実現している。

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称する紹介制度など、独自の仕組みを導入している。特にセミナーや展示会は、既存顧客への情報提供の機会として開放しており、顧客接点の創出に寄与している。また、WMSの導入実績を背景に、Webサイト経由での引き合いも多い。

加えて、倉庫需要への対応として、物流倉庫会社を無料で紹介する「ロジザード・マッチン」を提供している。これは潜在顧客との接点を早期に確保する取り組みであり、将来的な顧客獲得に資する施策であると弊社では評価している。

短納期・低価格・高サービスを強みに、 低解約率とMRRの着実な積み上げを実現

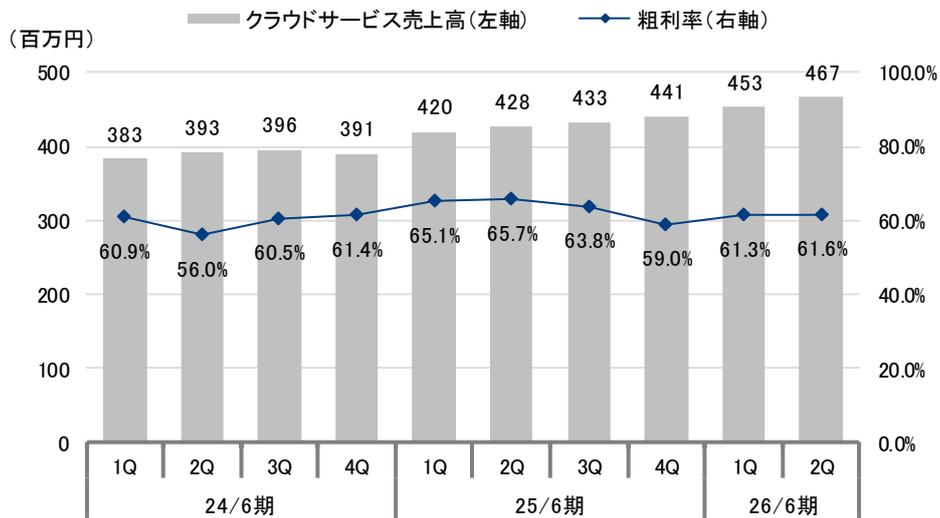
3. 特徴と強み

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と言える。主力であるクラウドサービス売上高は右肩上がり成長を続けており、2026年6月期第2四半期には467百万円に達した。粗利率についても、2025年6月期第2四半期の65.7%をピークに、足元の2026年6月期第2四半期でも61.6%と高い水準を維持している。

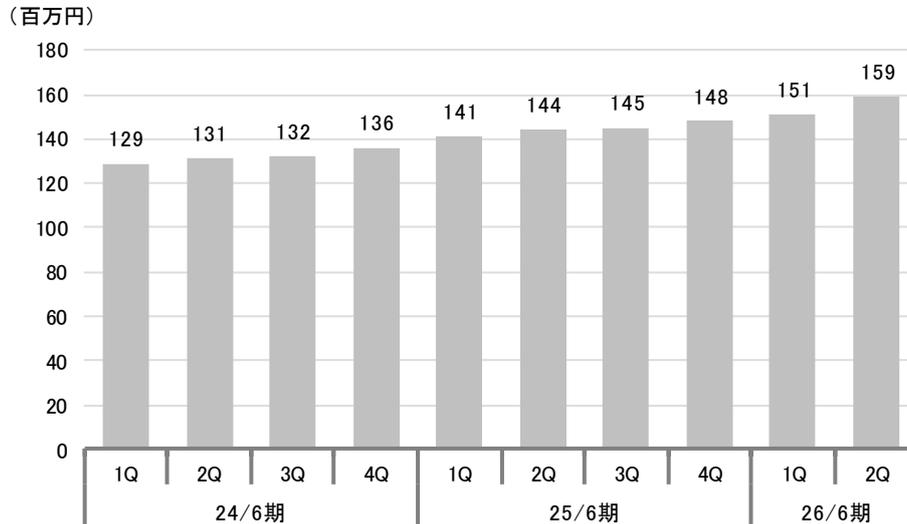
特に、重要指標であるMRRは、新規アカウントの獲得と既存顧客の利用量拡大により着実に積み上がっている。2026年6月期第2四半期には159百万円に達し、過去最高の伸びを記録した。顧客のニーズを的確に捉え、ブラッシュアップを継続することが解約率の低下に寄与している。今後も既存顧客の解約率を低位安定させながら新規顧客を積み増すことにより、業績は堅調に拡大するものと弊社は考えている。

クラウドサービス売上高と粗利率の推移



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「中小企業白書」によると、2023年版では、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、2025年版では「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。このような環境のなかで、クラウド経由で導入が容易、かつ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。

※ 経済産業省が2018年の「DXレポート」で指摘した問題。日本企業のITシステム老朽化やIT人材不足が解消されない場合に、2025年以降に最大で年間12兆円の経済損失が発生する可能性があるという状況を指す。

■ 業績動向

2026年6月期中間期はクラウドサービスの堅調により、MRRは過去最高

1. 2026年6月期中間期の業績概要

2026年6月期中間期の業績は、売上高が前年同期比4.6%増の1,157百万円、営業利益が同33.4%減の174百万円、経常利益が同32.9%減の176百万円、中間純利益が同35.7%減の125百万円となった。売上高・営業利益・中間純利益はいずれもおおむね計画どおりに進捗しており、安定した成長を示した。

MRRは159百万円（前年同期比10.3%増）と過去最高の伸びを記録した。通期予算進捗率は第1四半期から42.5ポイント上昇し59.3%となった。これは出荷件数増加に伴う従量課金分の伸長に加え、中堅企業を中心としたBtoB企業での導入が堅調に拡大していることが主因である。

KPIに関しては、2026年6月期よりアカウント数の開示は行わず、クラウドサービス売上高及びMRRの推移を開示する方針に変更した。これは従来のBtoC案件とは異なり、BtoB案件は獲得スピードや単価水準が異なるため、アカウント数の増加とクラウドサービス売上高やMRRの増加が連動しなくなっているためである。事業ポートフォリオの質的变化を踏まえた合理的な開示方針であり、成長の実態をより適切に示すものと弊社では考える。

チャーンレートは1%前後という低水準を維持しており、数少ない解約要因もプロダクトへの不満ではなく、荷主企業の物流体制変更に伴うものが中心である。同社のWMSは倉庫や3PL事業者を導入されるケースが多く、荷主企業が物流委託先を変更した場合には、その倉庫で利用されていたシステムも終了する構造にある。つまり、解約の主因は価格競争や機能不足といった競合要因ではなく、倉庫移転等の外部要因に起因するものが大半である。チャーンレートの低位推移は、プロダクト自体の強力な競争力を裏付けるものと評価できる。

また、同社システムからの出荷件数及び出荷点数も増加基調にある。2026年6月期中間期の出荷件数は53百万件（前年同期比12.9%増）、出荷点数は859百万点（同11.1%増）となった。季節性イベントに伴うEC注文増加に加え、新規受注に伴う稼働現場数の拡大が寄与した。出荷関連指標の増加は、従量課金モデルとの親和性が高く、MRR拡大を支える実需の裏付けとして重要である。ユーザー層の拡張と利用量増加が同時進行している点は、価格の引き上げに頼らない、実質的な事業拡大を示唆している。

業績動向

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、前年同期比8.5%増の921百万円、予算進捗率は48.3%となった。新規アカウントの獲得が好調に進捗したことが主因であり、着実なストック型収益の拡大が全体の業績をけん引した。粗利率は、新規人材投入により前期末に一時的に低下したが、投入人材の戦力化が進むことで回復した。人員計画については、採用プロセス及び手法を見直し、採用チャネルの情報整理と発信強化を進めたことに加え、応募から選考通過までのデータを可視化しチャネル別分析を行った結果、採用活動の効率化が進捗し、目標達成への道筋ができた。今後はこの流れを維持しつつ、改善を重ねることで計画を上回る成果につなげることが課題である。開発・導入サービスの売上高は前年同期比6.4%減の192百万円、予算進捗率は41.6%となった。BtoB企業において意思決定の長期化によりプロジェクト開始時期に遅れが生じたことが影響している。また、既存顧客業界の成長鈍化により追加開発が限定的となった点も減収要因である。ただし、第2四半期に入り大型案件の要件定義が増加し始めており、案件形成は軌道に乗りつつある。今後はBtoB案件向け機能開発を促進し、この流れを定着・加速する方針である。機器販売サービスの売上高は前年同期比16.6%減の43百万円、予算進捗率は64.2%となった。前期に発生した大型案件機器販売の反動減により前年同期比では減収減益となった。

売上原価は前年同期比6.6%増加しており、積極的な人材獲得及びセキュリティ強化投資が継続していることが背景である。内訳を見ると、労務費は人材増強により同4.2%増加、外注費は同2.0%減とほぼ横ばいで推移している。サーバー費用はアカウント増加に伴う容量追加とセキュリティ強化投資により同29.5%増加し、その他原価はソフトウェア資産積み上げによる減価償却費増加等により7.0%増加した。

販管費は前年同期比29.2%増加した。内訳を見ると、人件費は人材増強及び体制整備により同45.4%増加した。支払手数料は採用費増加を背景に同48.2%増加し、広告宣伝費も販促活動及びIR強化により同24.2%増加した。研究開発費は新サービス開発により同403.6%増加しており、将来成長に向けた研究開発投資を積極化していることが読み取れる。これらの先行投資により営業利益は同33.4%減となったが、第1四半期同様、成長加速を見据えた戦略的投資の結果である。短期的な利益圧迫はあるものの、中期経営計画達成に向けた基盤整備の段階と位置付けられると弊社では考える。

全体として製品開発及び人材への積極投資を継続しながら成長加速を図っており、足元のMRR伸長は当該目標達成に向けた初期段階として順調な進捗と位置付けられる。ストック収益の積み上げと従量課金の拡張を組み合わせることで、収益の質と成長率の両立が期待される。

2026年6月期中間期の業績

(単位：百万円)

	25/6期中間期		26/6期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,106	-	1,157	-	50	4.6%
営業利益	261	23.7%	174	15.1%	-87	-33.4%
経常利益	262	23.7%	176	15.2%	-86	-32.9%
中間純利益	194	17.6%	125	10.8%	-69	-35.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

AI活用基盤の構築やパートナー戦略を推進。 営業モデルの進化にも着手

2. トピックス

(1) 生成AIを活用した業務効率化への取り組み

同社は社内データを活用した生成AI利用に向け、ローカルLLM※を用意し、実業務を見据えたAI活用基盤を構築している。社内にAIサーバーを構築し、生成AIの業務活用を想定した実行環境を整備した。業務への適用可否を検証するため、データをセキュアに扱える環境を確保している。また、仕様や要件に基づく仕様駆動型の生成AI活用も試行しており、実地検証フェーズながら生成AIを活用したコーディングを開始している。将来的には開発効率及び業務効率の向上が期待される。

※ (Local Large Language Model) の略。ChatGPTのようなクラウド型AIと異なり、社内サーバーやPC上で動作する生成AIのこと。データを外部に送らずに利用でき、機密情報を扱う業務に適している。

クラウド型生成AIではなく自社環境を選択した理由は、データ管理の観点にある。共用クラウド環境ではデータの取り扱いに慎重さが求められるが、自社サーバー上でAIを稼働することで外部に情報を出さずに活用できる。これによりセキュリティを担保した安全なAI活用が可能となる。機密性の高い社内データを扱う同社の事業特性を踏まえれば、合理的な選択である。

具体的な活用領域としては、サービス・製品マニュアルを取り込み、社内向け問い合わせ対応AIとして活用する取り組みが進められている。さらに、過去のカスタマーサポート履歴を学習させることで、類似質問や課題への対応スピード向上を図る。社内文書や業務マニュアルを集約し、業務上の疑問や確認事項を迅速に参照できる環境を整備することで、ナレッジの共有と業務効率化を同時に推進している。ローカルLLMの活用は単なる技術導入にとどまらず、生産性向上と競争力強化を支える基盤整備であり、中長期的な収益力向上に寄与する取り組みであると評価する。

(2) サービス認知と販路拡大に向けた取り組み

同社はパートナー戦略を成長モデルとして推進し、新たな案件獲得に向けた体制強化に注力している。その具体策として、オービックビジネスコンサルタントと「BSP (Bugyo Solution Partner Program) 契約」を締結した。これにより、オービックビジネスコンサルタントが有する全国約3,000社の二次代理店網を通じて、同社主力製品である「ロジザードZERO」の販路開拓が可能となった。自社単独での営業活動に加え、既に確立された販売ネットワークを活用することで、リーチの拡大と案件創出の効率化が期待される。

さらに、ビジネスパートナー取引基本契約を締結し、オービックビジネスコンサルタントの製品である「奉行クラウドシリーズ」を同社が販売可能となったことで、双方が相互に製品を提案できる関係を構築した。顧客に対し、業務システム全体を俯瞰したソリューション提案が可能となる点は、単なる販路拡大にとどまらず、提案力の高度化にも寄与する。今後は同様の取り組みを拡大し、パートナー連携を軸とした拡販体制を整備することで、安定的かつ継続的な案件獲得の加速を目指す。

業績動向

(3) 受注拡大に向けた営業活動の進捗と今後の方針

事業環境の変化を踏まえ、同社は営業モデルの進化に着手している。SaaSを起点としつつ、より高付加価値な提案領域へ踏み込んでいく。BtoB領域では顧客ニーズの高度化及び個別化が進展しており、とりわけ大型案件においては従来以上に深い業務理解と個別対応を伴う提案が求められている。この変化を受け、営業活動の内容及び提案範囲の見直しを進めている。

足元では営業アプローチの高度化により、上流工程への関与機会が徐々に増加している。複数の大型案件において要件定義が進行中であり、単なる製品導入提案から業務設計段階への関与へと役割が拡張している点は重要である。提案領域を拡張することで、中長期的な成長基盤を構築するとともに、受注機会の創出を図る。短期的な成果のみならず、顧客との関係深化を通じた継続的な収益機会の獲得が営業戦略の中核となっている。

(4) 製品開発における進捗状況

同社は堅実な技術基盤を軸に、信頼性と安定稼働の深化を図りつつ、UX向上及びBtoB領域に向けた機能開発を推進している。第1四半期では信頼性及び安定稼働の強化に注力してきたが、第2四半期はその基盤をさらに強化するとともに、ユーザー視点での使いやすさ向上に取り組んだ。また、今後の事業拡大を見据え、BtoB特有の管理機能など必要機能の構築に着手しており、既存価値の強化と新規価値創出の両立を図っている。

「ロジザードZERO-LINK」では、急激な出荷件数増加時にも安定稼働を維持できる体制と仕組みの強化を進めている。顧客の出荷業務を妨げないための追加改修を随時実施し、サービス基盤の信頼性向上に注力している。BtoB領域向けには、特有の管理機能を踏まえた開発を進めており、本格展開を見据えた機能拡張を予定している。

「ロジザードZERO」では、検索条件保存及び画面表示選択機能を実装し、詳細検索条件の事前登録及び呼び出しを可能とした。また、ハンディ画面機能表示順設定により、ユーザーごとに異なる利用機能に応じて表示位置や順序を任意設定できるようにした。固定ロケーション表示機能では、商品ごとに決められた置き場に合わせたロケーション表示を任意文字列で登録可能とし、作業高速化と管理効率化を支援している。入荷看板発行機能は入荷検品情報をもとに明細単位で帳票出力を可能とし、現場での活用を促進する。さらに、ピッキング検品機能によりハンディターミナル単体でのピッキング検品を実現し、紙媒体依存からの脱却を進めた。加えて、ハンディ入荷分納登録機能を実装し、分納予定登録をハンディターミナルから行えるようにしている。これらは現場オペレーションの効率化と作業負荷軽減に直結する改善であり、UX向上の具体的な成果と評価できる。

業績動向

(5) 「SOC2 Type2」報告書を新たに取得

クラウドWMS「ロジザードZERO」において、「SOC2 Type1」に続き、2026年2月に「SOC2 Type2」報告書を新たに取得したことを発表した。SOC2は米国公認会計士協会が定めるTrustサービス規準に基づき、組織の内部統制を評価する保証報告書であり、「セキュリティ」を必須項目とし、「可用性」「処理の整合性」「機密性」「プライバシー」を含む5つのカテゴリーで構成される。

Type1が特定日時点での内部統制の設計及び整備状況を評価するのに対し、Type2は一定期間にわたり適切に設計・整備され、かつ有効に運用されているかを評価するものである。今回のType2取得は、単発的な対応ではなく、継続的な運用と改善が実践されていることを示すものである。同社は情報セキュリティを一時的対策ではなく、組織的かつ再現性のある体制のもとで運用している。今後も内部統制の見直し及び運用改善を継続し、信頼性の高いサービス提供を追求していく。

自己資本比率は88.4%と高水準。流動比率・固定比率も健全

3. 財務状況と経営指標

2026年6月期中間期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比3百万円減の2,573百万円となった。このうち流動資産は、同81百万円減の1,966百万円となった。これは売上増加に伴い売掛金が増加した一方、賞与及び配当金の支払により現金及び預金が減少したことが主因である。固定資産は606百万円と同78百万円増加した。これは製品開発の増強に伴い無形固定資産、特にソフトウェアが増加したことによるものである。「ロジザードZERO」の基本機能バージョンアップを実施したことが背景にあり、将来の競争力強化に向けた開発投資の積極化が読み取れる。

負債合計は297百万円と同102百万円減少した。流動負債は291百万円と同108百万円減少しており、未払賞与の支払による未払費用の減少が主因である。一方、固定負債は5百万円と同5百万円増加した。これはリース契約による長期リース債務を計上したことによるものである。純資産は2,275百万円と同98百万円増加した。中間純利益の計上により利益剰余金が増加したことが主因である。負債の減少と純資産の増加により、財務基盤は一層安定性を高めていると評価できる。

経営指標を見ると、流動比率が前期末比162.0ポイント上昇の674.4%、固定比率が同2.3ポイント上昇の26.6%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無い。自己資本比率も同3.9ポイント上昇の88.4%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)

	25/6期末	26/6期中間期末	増減
流動資産	2,048	1,966	-81
現金及び預金	1,707	1,590	-116
固定資産	528	606	78
総資産	2,576	2,573	-3
負債合計	399	297	-102
流動負債	399	291	-108
純資産	2,176	2,275	98
利益剰余金	1,680	1,737	57
負債純資産合計	2,576	2,573	-3
<主要経営指標>			
自己資本比率	84.5%	88.4%	3.9pp
流動比率	512.4%	674.4%	162.0pp
固定比率	24.3%	26.6%	2.3pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年6月期は先行投資により減益予想も、 BtoB領域を開拓し増収を目指す

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て売上高は増収を見込み、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、セキュリティ強化、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の積み上げや、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、業績の拡大につなげる。

今後の見通し

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。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する。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。M&Aについては、専任人材を採用し体制強化を進めている。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売上拡大を目指す。BtoB顧客は規模が大きく、利用環境に応じて高単価での受注も可能である。足元では、人材増強や体制整備により人件費が上昇しているものの、クラウドサービスの特性上、顧客数増加に伴い限界費用は逡減していくため、スケールメリットのなかで十分に吸収可能であると弊社では見ている。

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。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だったが、2026年6月期は中堅層の採用も強化する。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。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。

2026年6月期下期以降の注力点としては、開発導入案件が受注フェーズに入りつつあるため、リソースプランニングとプロジェクト管理の高度化が挙げられる。BtoB領域への注力により案件が複雑化するなかで、適正な人員配置を行うことで生産性の向上を図る。クラウドサービスは引き続き顧客獲得を積み上げ、特定の下期偏重施策はなく既存施策を着実に継続する。2026年6月期中間期では、MRRが過去最高の伸びを達成し、予算進捗率がおおむね計画どおりに進捗していることから、通期業績予想達成の蓋然性は高まりつつあると弊社では見ている。

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

2028年6月期に売上高3,113百万円、営業利益539百万円を目指す

1. 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中期経営計画を推進している。「時流×ハイタッチサービス」を基本成長戦略に掲げ、業績の拡大と企業価値の向上を図る基本方針に変わりはない。ここでいう「ハイタッチ」とは、顧客との密接な1対1のコミュニケーションを通じて課題や要望を緻密に汲み取り、個々のニーズに最適化された支援を提供するサービスを指す。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たMRRの安定成長に取り組む。また、次期中期経営計画を視野に入れた新規サービスの市場投入を現期中期経営計画期間中に実施し、多様な顧客ニーズに対応することで受託開発売上の伸長と成長スピードの加速を図る。営業利益については、2026年6月期は、人材採用投資を加速するため一時的な減益を見込んでいるが、2027年6月期以降は、採用人材の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企業案件の獲得により、堅調な積み上げを見込んでいる。

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となっている。クラウドサービスによる高収益かつ安定した収益基盤の確立、BtoB案件の増加に伴う顧客単価の上昇が見込めることなどから、中長期的な成長が期待される。

2. 成長戦略

(1) BtoB企業への取り組み強化

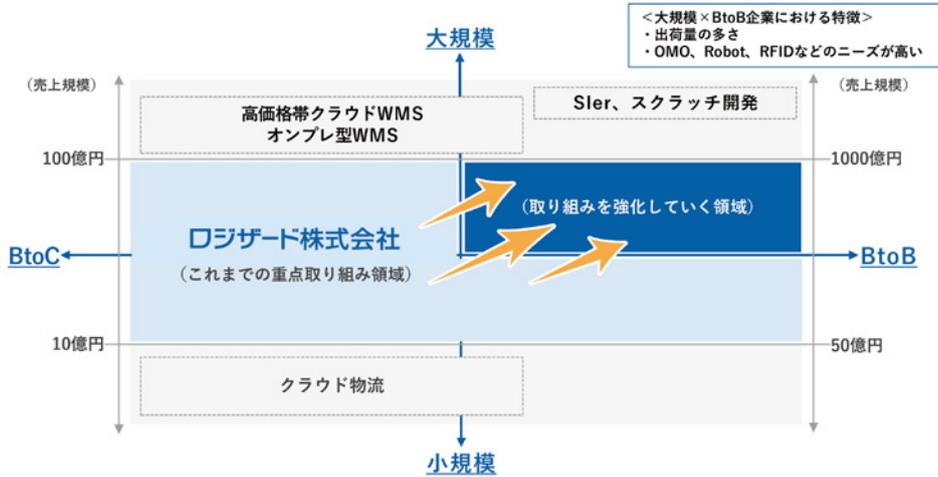
人口減少に伴う労働力不足と需給ひっ迫による賃金上昇により、企業には省人化・自動化が求められている。同時に生産性向上のためのDXが不可欠であるが、老朽化したレガシーシステムが推進の阻害要因となっている。こうしたなか、経済産業省が公表する2025年4～6月の「卸売業、小売業、無店舗小売業(通販)販売額の推移」に着目すると、2025年4～6月の小売業の販売額は38,679億円と前年同期の40,641億円から微減している。一方、企業間取引である卸売業は116,173億円に達し、前年同期(109,018億円)から大幅に拡大した。また、無店舗小売業の販売額も3,904億円(前年同期は3,001億円)と、購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長している。同社はこうした環境変化を好機と捉え、これまでの知見を活用し、物流の2024年問題^{※1}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している。特に、出荷量が多くOMOやロボティクス、RFID^{※2}等の高度なソリューションニーズが高い大規模BtoB企業を強化領域として掲げ、拡大する市場課題の解決を通じてさらなる成長を目指す。

^{※1} 働き方改革関連法により2024年4月からトラックドライバーの時間外労働が年960時間に制限されることから、物流の遅延や人手不足が生じる。

^{※2} Radio Frequency Identificationの略。小型のICタグ(RFタグ)に記録された情報を、電波や磁界などの無線通信で読みとる技術。電波が届く範囲であれば遠くのタグの読み取りが可能で、複数のタグを一括スキャンできる。

中長期の成長戦略

BtoB企業への取り組み強化のイメージ

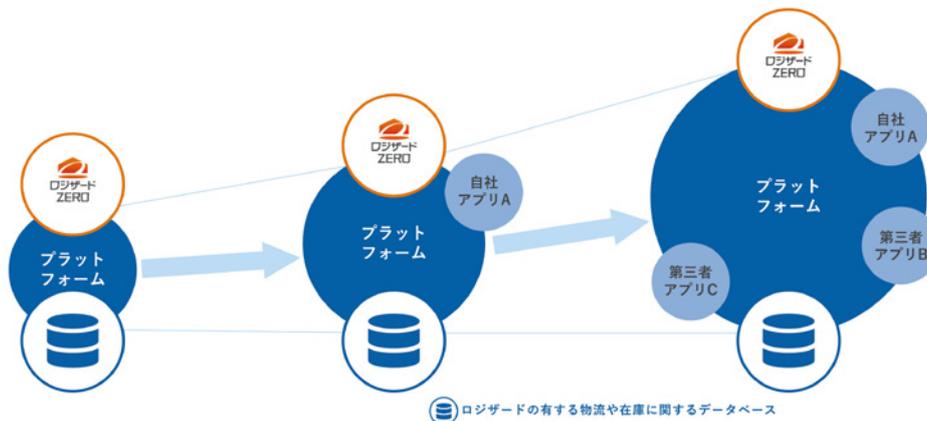


出所：「事業計画及び成長可能性に関する資料」より掲載

(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の普及により誰もが容易にアプリを構築できる時代背景に対応した構想である。「ロジガード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できるようにすることで、利便性の向上を目指す。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。

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



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)まで拡充する計画である。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。事業運営力向上を狙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した。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。

3. 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。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となっ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、景気動向に依存しない安定的な経営体質の確立に寄与している。

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。労働力不足が加速する物流業界の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。

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の積み上げが期待される。

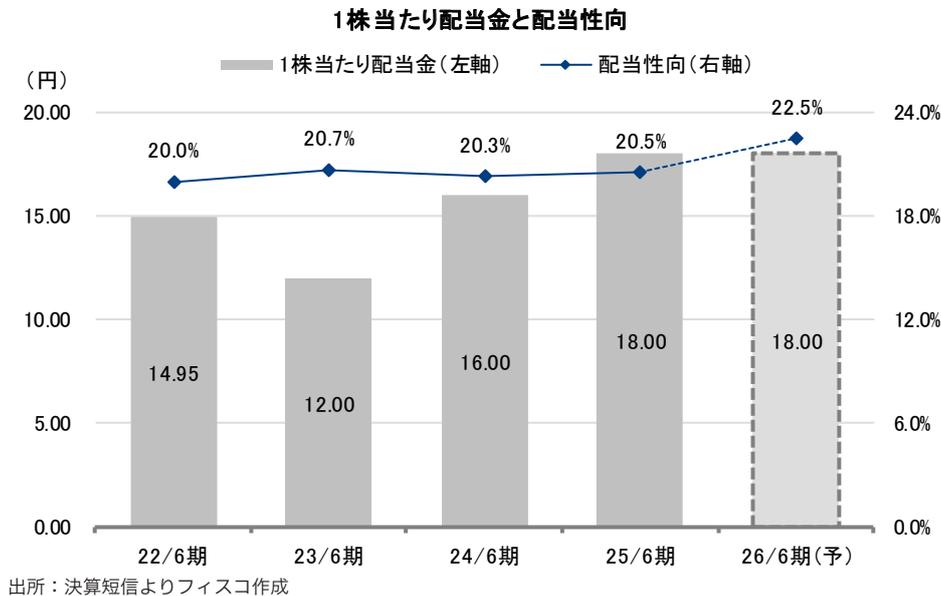
総じて、同社は短期的な収益変動を許容しつつも、サブスクモデルによる安定収益とBtoB市場拡大の成長機会を背景に、持続的成長に対する蓋然性は高いものと弊社では見ている。

■ 株主還元策

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円となった。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、前期を据え置く18.00円とした。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。売上が成長するなかで利益を順調に積み上げられれば、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・表示したものです。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、配布等することは強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