

|| 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 >>>](#)

2022年9月20日(火)

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. 2022年6月期の業績概要	01
2. 2023年6月期の業績見通し	01
3. 新経営計画の概要	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	07
■ 業績動向	08
1. 2022年6月期の業績	08
2. 財務状況と経営指標	08
■ 今後の見通し	09
■ 中長期の成長戦略	10
1. 新経営計画の概要	10
2. 具体的な施策と方針	11
■ 株主還元策	12

## 要約

### 2022年6月期は増収増益を達成。 2023年6月期以降は新経営計画のもとで先行投資を実施。 OMOマーケティング対応のWMSで先行者利益の確立に注力

ロジガード<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「ロジガードZERO」、店舗の在庫管理を支援する「ロジガードZERO-STORE」、複数店舗・倉庫の在庫情報を一元的に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「ロジガード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を通じて提供しており、収益モデルはサブスクリプション型であるため、安定した収益基盤となっている（2022年6月期の売上に占めるクラウドサービスの割合は76.8%）。

#### 1. 2022年6月期の業績概要

2022年6月期の連結業績は、売上高が前期比6.1%増の1,787百万円、営業利益が同6.8%増の352百万円、経常利益が同6.9%増の352百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同5.9%増の237百万円と増収増益を達成した。営業を中心とした人員増強による労務費の増加と、新規顧客拡大によるサーバー費用と外注費用の増加があったものの、物流業界において同システムに対する需要が堅調に推移した。売上高の伸びがコストの伸びを吸収し、利益に関しても前期を上回る結果を残した。なお、同社は2022年6月期から「収益認識に関する会計基準」等の適用を開始している。そのため、前期との業績の比較は参考値である。

#### 2. 2023年6月期の業績見通し

2023年6月期の単体業績は、売上高は前期比3.0%増の1,824百万円、経常利益は同45.6%減の199百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同41.1%減の139百万円を見込んでいる。物流業界における人手不足とそれに起因する省力化・自動化ニーズの高まりは、同社の事業にとって追い風となっているが、さらに中長期的な企業価値の拡大を実現するため先行投資を実施する構えだ。具体的には新経営計画のもとで、研究開発、人材採用と教育への投資を実施する。ウィズコロナのなかで生まれたO2Oマーケティング※1とOMOマーケティング※2のニーズに対応した製品開発を行い、新たな市場機会を着実に取り込む方針だ。なお、子会社で中国現地法人である龍騎士供応鏈科技（上海）有限公司は現在、解散及び清算手続きを行っており、清算が終了すると個別業績となることから、2023年6月期の業績予想は単体の予想となっている。

※1 O2O (Online to Offline) とは、ネット上 (オンライン) から、実地 (オフライン) での消費行動を促す施策や、それとは逆に実地 (オフライン) での情報接触行動をもってオンラインの消費行動に影響を与えるような販売方法のこと。

※2 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することで、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

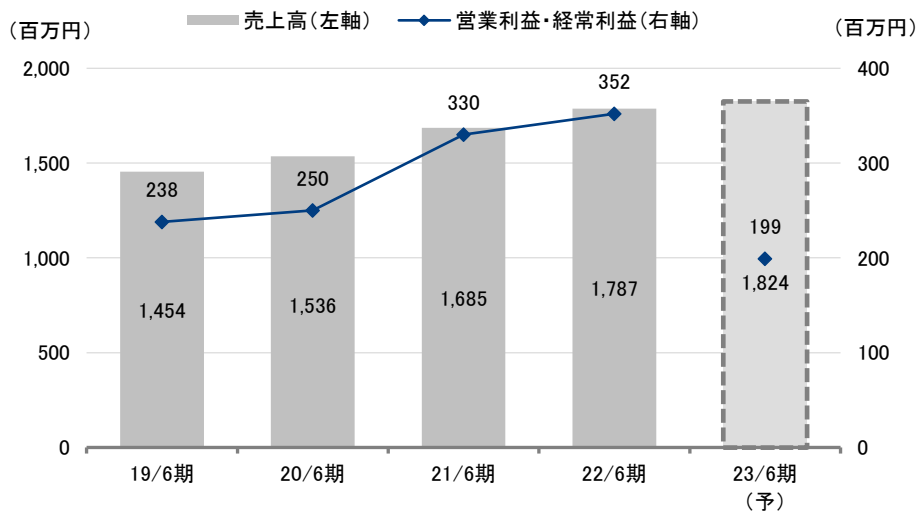
### 3. 新経営計画の概要

2022年8月に同社は、新経営計画（2023年6月期～2027年6月期）を発表した。ウィズコロナが新常态となるなか新たに発生した物流ニーズを早期にキャッチアップし、将来の事業拡大に向けた基盤作りを行っていく考えだ。具体的には、OMOマーケティングトレンドが移行するなかで、時流にあった製品開発、人材採用・育成に先行投資することを計画している。将来を見据えた投資によって、利益面に一時的な影響が出るものの、2024年6月期以降は先行投資を回収し、増収増益を予想している。最終年度となる2027年6月期の目標値として、主力のクラウドサービスの売上高は2022年6月期比で46.6%増の2,012百万円、全体の営業利益は同76.7%増の622百万円を目指す。また人材の確保については、2022年6月期の105人から2027年6月期には157人に増員することを計画している。同社はこれまで、成長の土台作りのための先行投資を積極的に実行してきた。今後もオンライン・オフラインによる販売イベントと日々の営業活動から得た業界のトレンドに対する知見をもとに、時流を捉えた研究開発を順調に進めていくものと弊社は推察する。長期的には市場のニーズを捉えた研究開発が業績拡大に貢献することが期待される。

#### Key Points

- ・ 2022年6月期は同社サービスに対する需要が堅調に推移し増収増益
- ・ 2023年6月期以降は先行投資を実施し、先行者利益の確立に注力
- ・ 2027年6月期のクラウドサービス売上高は2022年6月期比で5割増を計画

#### 業績推移



注1：23/6期の業績予想は単体業績予想  
 注2：23/6期の利益予想は、営業利益が非開示のため経常利益を記載  
 注3：22/6期より収益認識に関する会計基準等を適用  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 創業以来、WMS をクラウドを通じて顧客に提供。 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された。社名のロジガードは 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」という出荷絶対の精神のもと、中小企業を中心とする顧客の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、当初アパレル業界向け WMS「ロジガード PLUS」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を通じてサービスを提供している。

今後はウィズコロナに伴ない発生するニーズを的確に捉え、将来の業績拡大に向けた事業基盤を構築することに注力する考えだ。具体的には、2022年8月に策定した新経営計画のもと、倉庫の自動化や OMO マーケティングをはじめとする新たなトレンドを自社の業績にしっかりと取り込むために、研究開発や人材採用・育成に先行投資する方針だ。

#### 沿革

年月	沿革
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)ロジガードを設立 倉庫在庫管理システム「ロジガード 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
2003年 5月	本店を東京都港区へ移転
2005年 8月	ロジガード(株)(旧創歩人コミュニケーションズ(株))を吸収合併し、商号をロジガード(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	「ロジガード PLUS」の新バージョン「ロジガード 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「ロジガード 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

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。2022年6月期の売上に占めるセグメントごとの割合は、クラウドサービスが76.8%、開発・導入サービスが18.8%、機器販売サービスが4.4%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。このことが同社の営業利益率19.7%、ROE(自己資本当期純利益率)16.7%に結実している。そのほか「開発・導入サービス」「機器販売サービス」に関しては、顧客から依頼があっ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」

メーカー、流通業、3PL企業を顧客として倉庫内に保管されている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と標準化」を実現している。同システムの機能は、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、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っている。バーコードを読み取るハンディターミナルについてはレンタルしており、バッテリーの無償交換、故障機の即日交換なども行っている。

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、サードパーティーシステムとの多彩な連携も同サービスの魅力の1つだ。カスタマイズ不要で様々な外部システムと連携できるため、顧客としては、低コスト・短期間で同社サービスを導入できる。また、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することができる点が訴求ポイントになっている。

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」という指示があり、正確なピッキング作業が可能になる。

### ロジザード ZERO が連携している外部システム一例

カートシステム



出所：ホームページより掲載

## 会社概要

### (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、分析ツールの3つである。分析ツールは、店舗での売上高を自動で集計・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。たとえば、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・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。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である。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を有している。レシートプリンターやバーコードスキャナーといった周辺機器との連携も容易で、汎用性の高さも特長だ。低コストで導入可能な点も同システムの魅力である。高価な POS レジの代わりにタブレット端末でクラウドを通じたサービスを受けられるため、中小規模の顧客でも気軽に導入することができる。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のかの確認などがある。このシステムにより消費者への迅速な対応が可能となる。

### (3) オムニチャネル支援システム「ロジザード OCE」

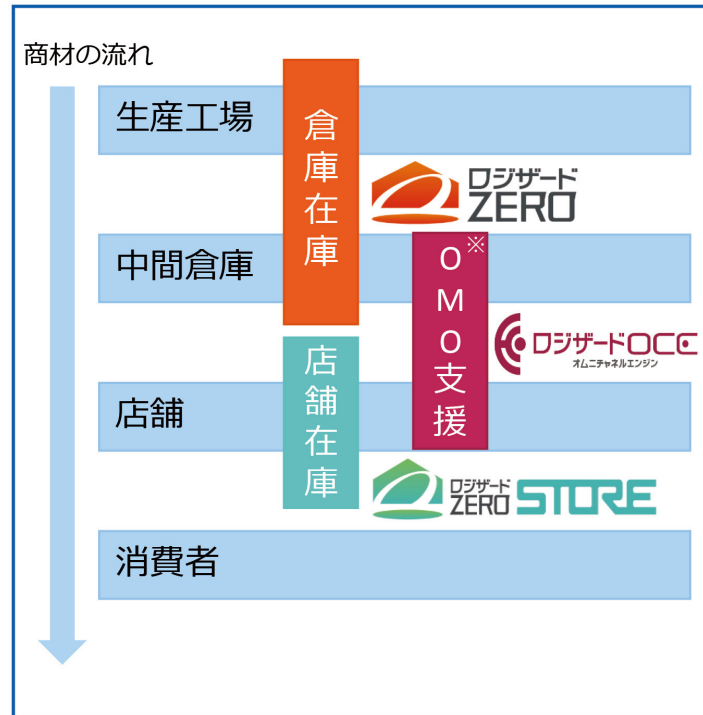
「ロジザード OCE」は、顧客のオムニチャネル※を支援する製品である。同社の「ロジザード ZERO」「ロジザード ZERO-STORE」を連携することで、店舗・倉庫の一元化したデータを活用して消費者ごとに最適な出荷・配送を実現することができる。在庫を一元管理することによって、複数のチャネルを総合的に活用するオムニチャネル戦略のスムーズな運用にも貢献する。また、他社が提供する WMS と接続して上記の機能を活用できる点も特長だ。OMO マーケティングに対するニーズが高まりを見せるなか、同システムに対する需要は、今後も堅調に推移していくものと弊社は考える。

※ 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) 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 を通じた注文があった際に、対象の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する状況などがある。

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3つのクラウドサービスは、顧客または顧客の荷主のビジネス上の特性に合わせて月額固定料か月額従量料で利用することができる。他社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事で追加開発不要で使える仕組みとなっている。

販売チャネルは、同社による直接販売、販売代理店を通しての営業活動となっている。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多数名を連ねている。

3. 特徴と強み

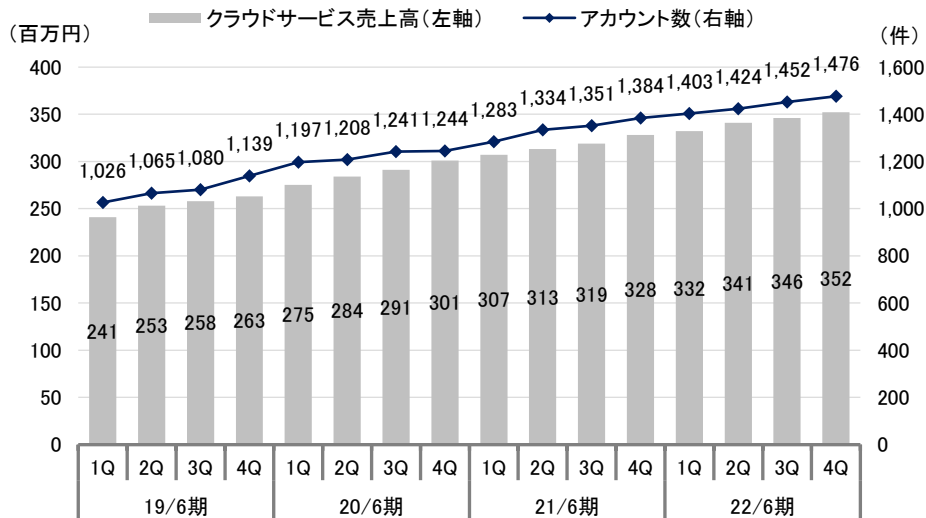
同社のプロダクト面の強みは、短納期・低価格・高サービスに大別することができる。商品の特性、商品の管理要件、出荷先特性を顧客からのヒアリングからの確に把握する能力と、システムの高い汎用性によって、短納期・低価格での導入が可能となっている。さらに、中小規模の顧客のなかには専門のシステムエンジニアがいない場合も多く、同社による365日対応の運用サポートサービスも顧客のIT化を支援する魅力的なサービスになっている。



会社概要

また、先述のとおりサブスクリプションモデルの採用による、収益の安定性も挙げることができる。顧客のニーズを汲み取り製品のブラッシュアップを継続していくことが解約率の低下にも貢献しており、今後も既存顧客と新規顧客から安定して収益を生み出すことが期待できると弊社は考えている。

**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

#### 4. 事業環境

同社の事業を取り巻く事業環境に関しては、今後も順調に市場が拡大していくものと弊社は見ている。ECの日常生活への浸透や輸送業界の人手不足、デジタル化に対応できる人材が不足しているという現状があるためだ。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」の企業であっても、37.9%の企業が「デジタル化を推進できる人材がない」と回答している状況にある（経済産業省「2022年版中小企業白書」）。このような環境のなかで、クラウド経由で簡単に導入することができ、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に対する需要は、堅調に推移していくものと弊社は見ている。

## 業績動向

### 2022年6月期は増収増益 同社主力のクラウドサービスが好調に推移

#### 1. 2022年6月期の業績

2022年6月期の連結業績は、売上高が前期比6.1%増の1,787百万円、営業利益が同6.8%増の352百万円、経常利益が同6.9%増の352百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同5.9%増の237百万円と、増収増益を達成した。営業を中心とした人員増強による労務費の増加と新規顧客拡大によるサーバー費用と外注費用の増加が見られたものの、売上高の伸びがコストの伸びを上回り、利益面でも増益を確保した。

セグメント毎の売上高は、主力のクラウドサービスが前期比8.2%増の1,372百万円、開発・導入サービスが同15.6%増の336百万円、機器販売サービスが同37.4%減の78百万円となった。クラウドサービスは「ロジザードZERO」への引き合いが順調に推移した。期初計画の達成率も100.3%となった。開発・導入サービスは新規案件と「ロジザードPLUS」のEOSに伴う案件により、前期比増収を達成したものの、達成率は71.6%だった。これは、EOSに伴う顧客の意思決定が後ズレしたことが要因であり、一過性であると弊社は考える。

#### 2022年6月期の業績

(単位：百万円)

	21/6期		22/6期		増減額	増減率
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	1,685	-	1,787	-	102	6.1%
売上原価	824	49.0%	847	47.4%	22	2.8%
販管費	530	31.5%	587	32.8%	57	10.8%
営業利益	330	19.6%	352	19.7%	22	6.8%
経常利益	329	19.6%	352	19.7%	22	6.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	223	13.3%	237	13.3%	13	5.9%

注：22/6期より収益認識に関する会計基準等を適用

出所：決算短信よりフィスコ作成

### 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不安なし

#### 2. 財務状況と経営指標

2022年6月期の財務状況を見ると、総資産は前期末比268百万円増加の1,830百万円となった。主な増減要因は、流動資産で売上高増加による資金を回収したことにより現金及び預金が174百万円増加したほか、固定資産では未払い賞与の増加によって繰延税金資産が21百万円増加した。

業績動向

負債合計は前期末比 27 百万円増加の 292 百万円となった。未払賞与の法人税法の否認などにより未払法人税等が 38 百万円増加した。純資産合計は前期末比 240 百万円増加の 1,537 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益の計上により、利益剰余金が 237 百万円増加した。

経営指標を見ると、流動比率が 537.8%、固定比率が 16.6% と前期比で改善し健全な数値となり、長短の手元流動性に問題はないと弊社は考える。また、自己資本比率が 84.5% と非常に高い点も注目だ。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。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	21/6 期	22/6 期	増減額
流動資産	1,325	1,575	249
現金及び預金	1,086	1,260	174
固定資産	236	255	18
総資産	1,562	1,830	268
負債合計	264	292	27
流動負債	264	292	27
純資産	1,297	1,537	240
利益剰余金	865	1,102	237
負債純資産合計	1,562	1,830	268
< 主要経営指標 >			
自己資本比率	83.3%	84.5%	1.2pt
流動比率	500.2%	537.8%	37.6pt
固定比率	18.3%	16.6%	-1.7pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2023 年 6 月期はクラウドの需要堅調により増収予想。 将来の成長基盤確立に向け先行投資を実施

2023 年 6 月期の単体業績は、売上高で前期比 3.0% 増の 1,824 百万円、経常利益で同 45.6% 減の 199 百万円、当期純利益で同 41.1% 減の 139 百万円を見込んでいる。物流業界における人手不足とそれに起因する省力化・自動化ニーズの高まりは、引き続き同社の事業にとってプラスとなることから売上高に関しては増収を見込む。利益面では一時的な減少を見込んでいる。中期経営計画のもと、研究開発投資及び人材投資を先行して実施することが理由だ。

今後の見通し

売上高に関しては、同社が目標を達成する可能性は高いと弊社は考える。オムニチャネル戦略がトレンドとなるなかで「ロジザード ZERO-STORE」「ロジザード OCE」に対する引き合いが増加していることが1つに挙げられる。また、スマートフォンの普及やネットショッピングの普及率の高さ（2022年6月の総務省統計局調査によるとネットショッピング利用世帯の割合は53.0%）を考慮すると、今後もEC市場は堅調に推移することが予想される。また、先述のとおり中小企業におけるIT人材の不足も同社にとっては追い風となる。そうしたなかで、同社サービスに対する需要は今後も堅調に推移する可能性が高いと言えるだろう。利益面に関しては、利益の伸びが加速する可能性があると思われ、弊社は考える。WMS市場においてOMOマーケティング対応の先行者利益を確立することができれば、同社の事業にとって追い風となるためだ。

**2023年6月期の業績見通し（単体）**

（単位：百万円）

	22/6期		23/6期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	1,771	-	1,824	-	37	2.1%
営業利益	367	20.7%	-	-	-	-
経常利益	367	20.7%	199	10.9%	-153	-43.5%
当期純利益	236	13.4%	139	7.6%	-98	-41.4%

注：23/6期の営業利益は非開示  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中長期の成長戦略

**先行投資による将来の事業基盤確立を目指す。  
OMOマーケティングに対応した製品開発と  
将来の成長を担う人材育成に注力**

### 1. 新経営計画の概要

2022年8月、同社は2027年6月期を最終年度とする新経営計画を策定した。ウィズコロナが新常态となるなかで出現した新たなトレンドを業績拡大に着実に結びつけるために先行投資を行う考えだ。先行投資の内容は、O2OマーケティングとOMOマーケティングのニーズに対応した製品を開発するための研究開発投資と将来の成長を担う人材育成のための投資である。研究開発への先行投資によって新たな市場機会を着実に取り込み、人材投資を通じた営業力の強化により投資を確実に回収することが期待される。将来を見据えた投資によって、利益面に一時的な影響が出るものの、2024年6月期以降は先行投資を回収し、増収増益を予想している。

これらの施策によって、2027年6月期のクラウドサービスの売上高は2022年6月期比で46.6%増の2,012百万円、全体の営業利益は同76.7%増の622百万円を目指す。また、人材の確保に関しては、2022年6月期の105人から2027年6月期には52人増の157人に増員することを計画している。

## 2. 具体的な施策と方針

### (1) OMO マーケティングニーズを捉えた製品開発

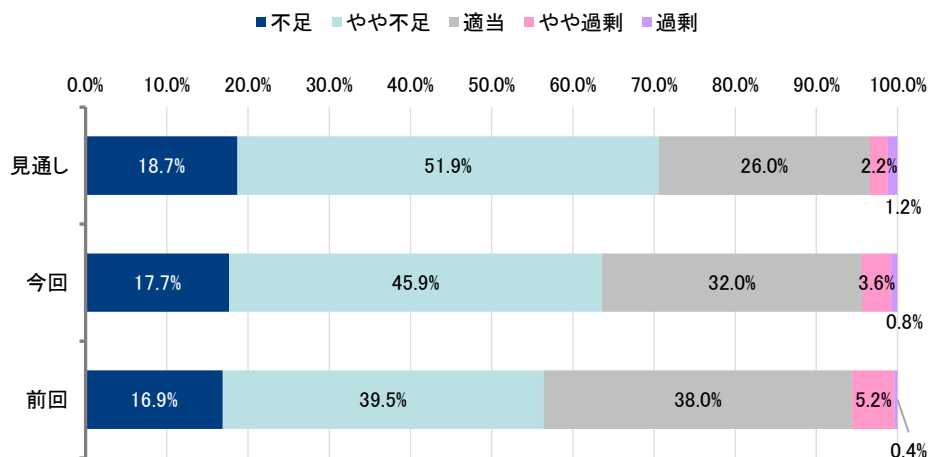
新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）により日本経済は一時停滞していたが、ウィズコロナを前提に経済活動が再開した。それに伴い、O2O マーケティングの概念をさらに拡大させた OMO マーケティングが新たなトレンドとして登場した。同社は、OMO マーケティングニーズの高まりに対応したシステム開発を加速する計画だ。具体的には「ロジザード ZERO-STORE」のブラッシュアップによる店舗在庫管理のさらなる強化、「ロジザード OCE」を活用した「ロジザード ZERO」「ロジザード ZERO-STORE」の連携強化などの施策を検討している。これに加えてオフラインでの販売イベントや営業活動時に獲得した顧客ニーズをシステムに反映し、OMO マーケティングに対応した新機能の追加を検討している。

### (2) 人手不足解決のための省力化と自動化

同社は、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と自動化に対応した製品の提供を加速する考えだ。具体的には、AI 物流ロボットをはじめとした連携する物流ロボットの拡張、RFID※などオプション機能の強化による倉庫内作業の効率化を実現する計画だ。トラック運送業界の人手不足は大きな問題であり、省力化と自動化を実現するサービスに対しては需要が堅調に推移するものと弊社は考えている。全日本トラック協会が2022年8月10日に公表した「トラック運送業界の景況感（速報）」調査によると、2022年4～6月期において労働力が不足している又はやや不足していると回答した割合は63.6%と前回調査（2022年1月～3月期）より7.2ポイント悪化している。また、今後の見通しに関しても70.6%が不足又はやや不足と回答しており、人手不足が当面の間は継続することが予想される。

※ 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。

**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) 新たな物流トレンドへの対応

同社は新たな物流トレンドに対応した製品開発も加速する考えだ。具体的には、他社製品との API※連携を拡大し、同社システムの機能をさらに高める計画である。また、進化する BtoC 領域のニーズや BtoBtoC 領域で求められる機能に対応したシステムの開発も進める考えだ。

※ 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。

### (4) オンライン・オフラインを駆使した販売促進活動

販売促進活動も積極的に継続する方針だ。倉庫を地方に構えている顧客や全国に散らばる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関しては経験に基づくノウハウが蓄積されており、この強みを生かして今後も積極的にオンラインイベントを実施する方針だ。

また、オフラインのイベントも開催していく。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。オンラインに加えてオフラインでのイベント開催が再度軌道に乗れば、同社の業績拡大に寄与するものと弊社は考える。オフラインにおけるコミュニケーションは、顧客のニーズを把握するという観点からも重要である。オフラインで汲み上げた顧客ニーズを製品開発に反映させることができるからだ。オンライン・オフラインでの販促活動により、顧客の拡大と製品開発への応用が期待される。

## 株主還元策

### 2022年6月期に初めて配当を実施。 今後も必要な内部留保を確保しながら株主還元を継続

同社はこれまで経営基盤の長期安定化に向けた財務体質の強化及び継続的な拡大発展を目指すために内部留保の拡充を優先するとの考えから配当を行ってこなかった。しかし、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月期に初めて配当を実施した。1株当たり14.95円の期末配当となる。

今後も企業価値をさらに高めるために継続的な株主還元を実施する方針だ。財政状態や内部留保の状態を勘案しながら、配当性向20%を目安として配当を実施する計画である。

中期経営計画のもとで製品開発に先行投資を行い、将来的にクラウドサービスの売上を拡大させることができれば、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が増加する可能性が見込めるためだ。

#### 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、理由のいかなを問わず、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