

|| 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 >>>](#)

2023年9月13日(水)

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. 2023年6月期の業績概要	01
2. 2024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	08
■ 業績動向	08
1. 2023年6月期の業績	08
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
■ 中長期の成長戦略	11
1. 新経営計画の概要	11
2. 具体的なトレンドと対応方針	12
■ 株主還元策	14

## ■ 要約

### 2023年6月期は増収減益。 先行投資により一時的に減益となるものの、 クラウドサービス好調を受け、減益幅は想定下回る

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いる。収益モデルはサブスクリプション型であるため、収益基盤は安定したものとなっており、収益性も高い（2023年6月期の売上に占めるクラウドサービスの割合は78.9%）。

#### 1. 2023年6月期の業績概要

2023年6月期の業績は、売上高が前期比4.6%増の1,853百万円、営業利益が同29.0%減の260百万円、経常利益が同29.0%減の260百万円、当期純利益が同22.0%減の184百万円だった。物流業界における人手不足、省力化や自動化ニーズの高まりなどを受け、「ロジガード ZERO」「ロジガード ZERO-STORE」「ロジガード OCE」に対する引き合いが引き続き好調に推移した。利益面に関しては、中長期的な企業価値向上に向けて人材と研究開発に先行投資したことにより減益となった。一時的に減益となったものの、クラウドサービスの売上が想定を上回ったことを受け、2023年5月には通期業績予想を売上・利益ともに上方修正した。利益率の高いクラウドサービスが好調に推移したことを受け、減益幅が想定よりも縮小した格好だ。なお同社は、従前より進めていた龍騎士供應鏈科技（上海）有限公司の清算手続きが完了したことを受け、2023年6月期第3四半期より非連結決算に移行した。

#### 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いる。物流業界の人手不足、それに起因する自動化・省力化へのニーズの高まりなど、2024年6月期も引き続き好調な外部環境を想定している。加えて、顧客企業のOMOマーケティング※に対する関心が高まっていること、BtoB企業からの引き合いが増加していることなども同社業績にとってプラス要因だ。事業環境の追い風が吹く中、新たに策定した経営計画に基づき各種施策を実行し、業績の拡大を図る。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。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、高収益であるクラウドサービスの売上を積み上げるにより収益性を高めていく。

※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。

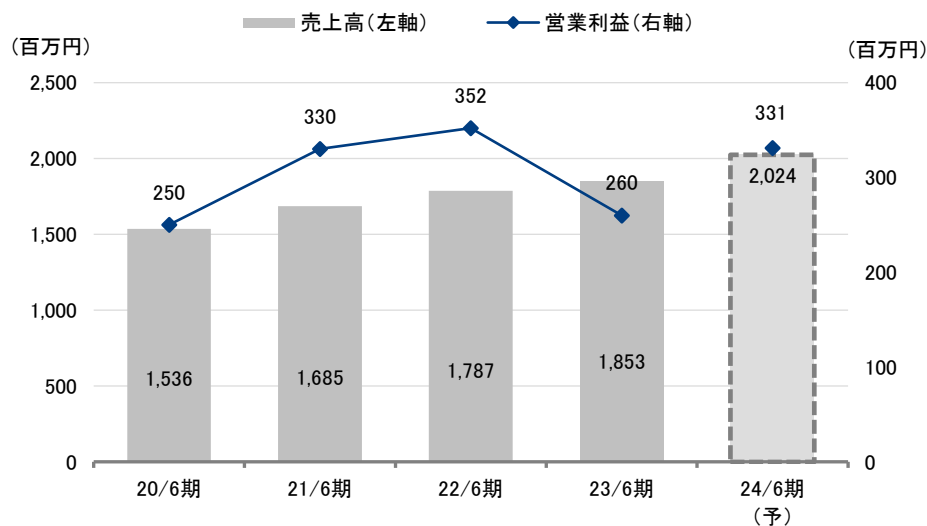
### 3. 新経営計画の概要

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、新経営計画（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してく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。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マーケティングへのニーズが高まっていること、物流業界では人手不足が依然として課題であり、自動化・省力化へのニーズが旺盛であることをビジネスチャンスとして捉え、業績の拡大に結びつけていく。特に、こうした事業環境のなかでBtoB企業からの引き合いが増加していることを受け、BtoCの既存領域でのシェアをしっかりと堅持しながらBtoBの領域へと積極的に事業を拡大する方針だ。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）、全体の経常利益434百万円（同66.9%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あり、2023年6月期の115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。

#### Key Points

- ・2023年6月期は増収減益
- ・先行投資を実施しながらもクラウドサービスの好調を受け、減益幅は想定を下回る
- ・2024年6月期も事業環境は好調で増収増益を見込む
- ・新経営計画では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自動化へのニーズに対応しながらBtoBの領域へ進出

#### 業績推移



注1：23/6期3Qから非連結決算に移行

注2：22/6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」という精神のもと、積極的な IT 投資がコスト面で難しい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を通じてサービスを提供している。

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、将来の業績拡大に繋げる方針だ。具体的には、2023年8月に策定した新経営計画のもと、BtoB 企業に広がる WMS ニーズ、労働力不足に端を発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もうと考えている。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	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
2003年 5月	本店を東京都港区へ移転
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、東京証券取引所グロース市場に移行

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。2023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78.9%、開発・導入サービスが17.1%、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（2023年6月期の営業利益率は14.1%、ROE（自己資本当期純利益率）11.4%）。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」

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がある。さらに、レポート通販の正確性・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について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も行っている。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、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強みの1つだ。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、顧客としては低コスト・短期間で同社サービスを導入できる。外部システムとの連携は着実に進行しており、2022年11月には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ている。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。

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。

## 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（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。

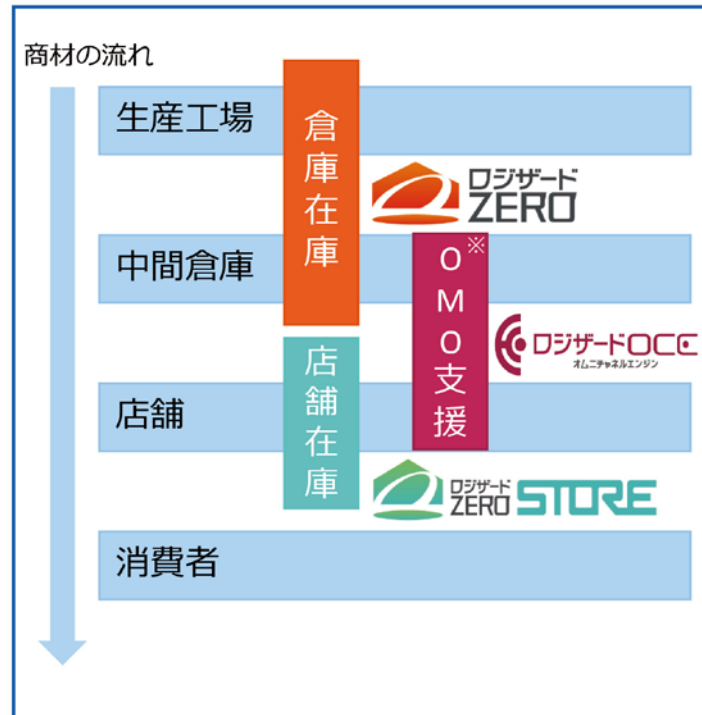
※ オムニチャネル (Omni-Channel) とは、消費者がモノを買うときにすべて (=オムニ) の接点 (=チャネル) を継ぎ目なく購入できるようになるための環境のこと。販売側が提供する各チャネルに対して、オンライン (例: ネットショップ)・オフライン (例: 実店舗) を問わず、消費者側が在庫数やポイントカードなどの心配をせずに商品を購入できる、「シームレスな購買体験」を提供できる状態のこと。

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、「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ことで追加開発不要で使える仕組みとなっている。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行うことが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、代理店を通しての営業活動である。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

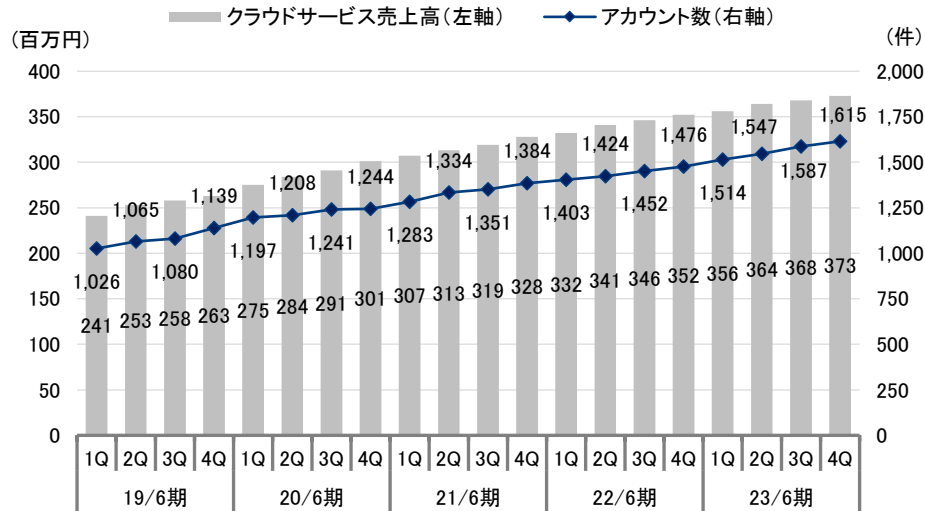
同社のプロダクト面の強みは、短納期・低価格・高サービスに大別することができる。商品の特性、商品の管理要件、出荷先特性を顧客からのヒアリングから的確に把握する能力と、システムの高い汎用性によって、短納期・低価格での導入が可能となっている。さらに、中小規模の顧客のなかには専門のシステムエンジニアがいない場合も多く、同社による365日対応の運用サポートサービスも顧客のIT化を支援する魅力的なサービスになっている。



会社概要

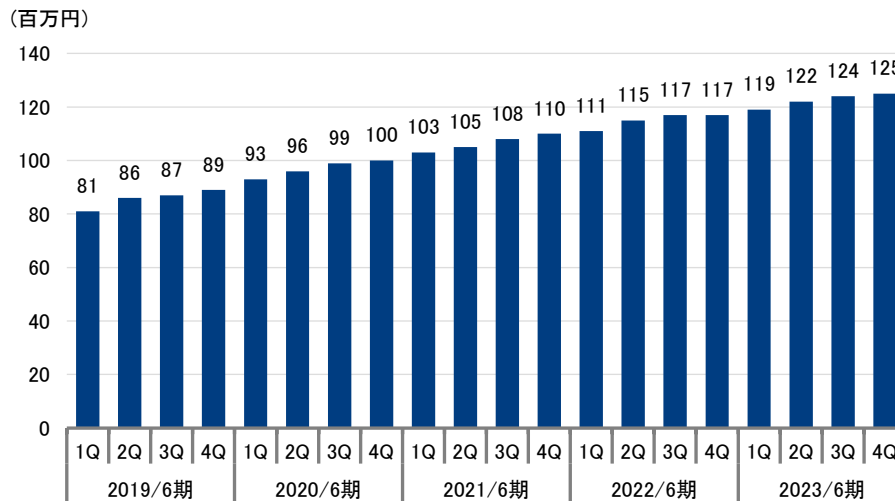
また、先述のとおりサブスクリプションモデルの採用による、収益の安定性と高い収益率も同社の特徴として挙げることができる。顧客のニーズを汲み取り製品のブラッシュアップを継続していくことが解約率の低下にも貢献しており、今後も既存顧客と新規顧客から安定して収益を生み出すことが期待できると弊社は考えている。解約率を低く抑えながら、新規アカウントを順調に増やしてきたことにより、MRR（Monthly Recurring Revenue：月次経常収益）も順調に積み上がっている状況だ。

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

MRRの推移



出所：事業計画及び成長可能性に関する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、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から、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。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いない」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」）。また、同じく経済産業省の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・デジタル人材に関しては69.4%が「採用していない」、20.7%が「不足」と回答しており、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

### 2023年6月期はクラウドサービスが想定を上回る進捗。 クラウドサービス好調により、減益幅は想定を下回る

#### 1. 2023年6月期の業績

2023年6月期の業績は、売上高が前期比4.6%増の1,853百万円、営業利益が同29.0%減の260百万円、経常利益が同29.0%減の260百万円、当期純利益が同22.0%減の184百万円となった。売上高に関しては、物流業界における人手不足、省力化や自動化ニーズの高まりなどを受け、「ロジザードZERO」「ロジザードZERO-STORE」「ロジザードOCE」に対する引き合いが好調だった。好調な外部環境を背景に、EOS対応に割いていた人員を新規顧客の獲得に重点配分し、旺盛なニーズを確実に取り込みながら売上の拡大に結びつけた。「ロジザードZERO」に関しては、実店舗を含めた在庫一元管理ニーズのある準大手以上規模からの引き合いが引き続き多かった。「ロジザードZERO-STORE」「ロジザードOCE」に関しては、コロナ禍明けの新市場を意識した小売業界・物流業界でECに加えて店舗やBtoB向けの在庫も一元管理したいというニーズが高まり、引き合いが増加した。OMOマーケティングに対応した在庫管理に対するニーズが高まるなか、パイロットユーザーと協力しながらより顧客の事業活動に即したサービスの作り込みも進めた。今後は、顧客のニーズに合致する機能を見極めながらシステムに順次搭載し、製品強化を推進する方針だ。また、オプション機能としての据え置き型バーコードリーダーの新規投入、「アラジンオフィス for fashion」との連携強化など、製品強化も継続的に実施し、サービスの訴求力も高めた。これらを受け、主力のクラウドサービスのアカウント数と売上高は順調に拡大し、それぞれ前期末比9.4%増の1,615件、前期比7.5%増の1,462百万円に伸びた。

業績動向

利益面に関しては中長期的な企業価値向上に向けて人材と研究開発に先行投資したことにより、減益となった。先行投資により一時的に減益となったものの、事業環境自体は良好であり、特に主力のクラウドサービスは想定を上回る進捗を見せた。実際、2023年5月には2023年6月期の通期業績予想を上方修正した。期初から先行投資による一時的な減益を見込んでいたものの、クラウドサービスが想定以上に好調だったことを受け、減益幅が縮小した格好だ。期初の想定と比較すると、売上高を35百万円、経常利益を63百万円、当期純利益を37百万円、それぞれ上方修正した。

なお、そのほかのセグメントごとの売上高は、開発・導入サービスが前期比5.0%減の317百万円、機器販売サービスが同4.0%減の74百万円となった。

2023年6月期の業績

(単位：百万円)

	22/6期		23/6期		増減額	増減率
	実績	売上比	実績	売上比		
売上高	1,771	-	1,853	-	82	4.6%
売上原価	831	46.9%	899	48.5%	67	8.2%
販管費	572	32.3%	693	37.4%	121	21.1%
営業利益	367	20.7%	260	14.1%	-106	-29.0%
経常利益	367	20.7%	260	14.1%	-106	-29.0%
当期純利益	236	13.4%	184	10.0%	-51	-22.0%

注：23/6期3Qより非連結決算に移行しているため、前期の数値は個別決算数値を採用  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 自己資本比率が86.2%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

2023年6月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比135百万円増加の1,965百万円となった。主な増減要因は、流動資産で売上増加による資金を回収したことにより現金及び預金が209百万円増加した一方、固定資産で固定資産除却損を計上したことにより、ソフトウェアが28百万円減少したことなどによるものである。

負債合計は前期末比11百万円減少の271百万円となった。主な要因は、法人税の特別控除があったため未払法人税等が82百万円減少したことによるものである。純資産合計は前期末比147百万円増加の1,693百万円となった。当期純利益をしっかりと計上したことにより利益剰余金が130百万円増加した一方で、配当金の支払い47百万円があったことなどによるものである。

業績動向

経営指標を見ると、流動比率が634.1%、固定比率が14.5%となった。揃って前期末から改善し、長短の資金繰りが一段と健全になったと言えるだろう。自己資本比率も前期末比プラス1.7ポイントの86.2%と高い値を維持している。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)

	22/6期	23/6期	増減額
流動資産	1,558	1,720	162
現金及び預金	1,244	1,453	209
固定資産	271	244	-26
総資産	1,829	1,965	135
負債合計	282	271	-11
流動負債	282	271	-11
純資産	1,546	1,693	147
利益剰余金	1,111	1,241	130
負債純資産合計	1,829	1,965	135
< 主要経営指標 >			
自己資本比率	84.5%	86.2%	1.7pt
流動比率	551.0%	634.1%	83.1pt
固定比率	17.5%	14.5%	-3.0pt

注：同社は23/6期3Qより単体決算に移行しているため、前期の数値は単体の実績を採用

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外部環境の好調が想定されるなか、製品開発と人材リソースに積極投資

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26.9%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22.4%増の226百万円と増収増益を見込む。同社の主要顧客である物流業界では人手不足を背景に自動化・省力化へのニーズが高まっているほか、流通業界においてはコロナ禍から経済社会活動が再開し、OMOマーケティングに対する関心がより高まっている。また、こうしたなかでBtoB企業からの引き合いも増加している状況である。

これら外部環境の追い風が吹くなか、新たに策定した経営計画に基づき、クラウドサービスの業績拡大に注力していく。具体的には、市場ポジションのBtoBへの拡大とBtoB企業が必要とする機能開発とデータ連携、オプション機能の追加による物流現場の省力化・自動化の促進や、「ロジザード ZERO-STORE」「ロジザード OCE」の機能強化によるOMO対応の促進、などに注力する方針だ。加えて、拡大する市場のチャンスをしっかりと取り込むために採用活動も継続し、社内体制を継続して拡充する。具体的には、2024年6月期末までに132名まで増強することを予定している（2023年6月期末は115名）。

今後の見通し

利益面に関しては、将来のさらなる業績拡大を見据えて研究開発と人材に先行投資をしながらも、売上高の伸びを上回る成長を想定している。利益率の高いクラウドサービスが伸長することにより、利益がしっかりと積み上がるのが理由だ。先述のとおり、サブスクリプション型のクラウドサービスを主力とする同社の利益率は高い。今後も OMO マーケティングへのニーズに対応しながら新規アカウント数を拡大させていくなかで、順調に利益が積み上げるものと弊社は見ている。

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	26.9%
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	22.4%

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. 新経営計画の概要

2023年8月同社は、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新たな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するなかで、リアル店舗とネットをよりシームレスに統合する 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状況だ。特に、BotB の業界においても 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と言う。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自動化・省力化へのニーズがある。同社を取り巻く事業環境が上記のように変化するなか、「時流製品×ハイタッチサービス」という基本成長戦略を掲げ、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を実施する構えだ。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しっかり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をさらに推し進めるために、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

数値目標としては、2026年6月期にクラウドサービスの売上高を1,875百万円（2023年6月期比28.2%増）、経常利益を434百万円（同66.9%増）に伸ばす方針だ。体制強化のための人材採用に関しては、2027年6月期末までに157名まで増員することを計画している。新経営計画の数値目標に関しては、2023年6月期にクラウドサービスの好調ぶりが想定を上回ったことを受け、売上、経常利益共に上方修正した。2026年6月期のクラウドサービス売上目標と経常利益目標を前回の中期経営計画と比較すると、それぞれ46百万円、1百万円上方修正している。外部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ものであると弊社は考える。クラウドサービスは利益率が高いことから、経常利益が上振れて着地する可能性もあ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

先述のようにコロナ禍を受け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するなか、BtoBの領域で活動する企業においてもOMOマーケティングに対するニーズ、リアルとネット店舗の在庫をよりシームレスに一元管理したいというニーズが高まっている。こうしたニーズの高まりを捉えるため、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し実装しながらBtoBビジネスを行う顧客をより積極的に獲得していく。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。既存の市場では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により、しっかりと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業界における標準WMSへと成長させることを目指す。

BtoBに求められる機能の実装ということに関しては、2023年6月期においても顧客企業と協力しながらBtoBの業務フローにより即した機能の作り込みを行ってきた。また同社はもともとアパレル業界のBtoB企業向けにビジネスを始めたという特性上、BtoB企業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。

### (2) 労働力不足を補う自動化トレンド

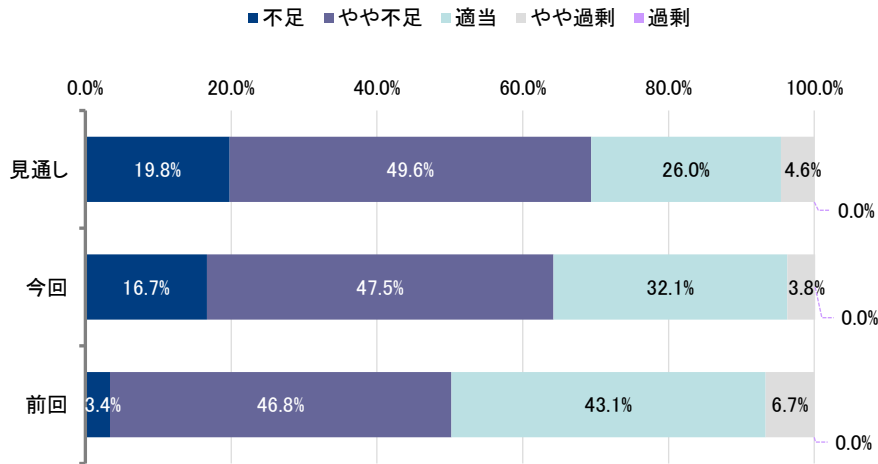
同社は引き続き、物流業界や倉庫業界における人手不足に対応するために省力化と自動化に対応した製品の提供を加速させていく考えだ。具体的には、AI物流ロボットをはじめとした連携する物流ロボットの拡張、RFID※などオプション機能の強化による倉庫内作業の効率化を実現する計画だ。トラック運送業界の人手不足は大きな問題であり、省力化と自動化を実現するサービスに対しては需要が堅調に推移するものと弊社は考えている。全日本トラック協会が2023年2月10日に公表した「トラック運送業界の景況感（速報）」調査によると、2022年10～12月期において労働力が不足しているまたはやや不足していると回答した割合は64.2%と前回調査（2022年7月～9月期）より14.0ポイント悪化している。また、今後の見通しに関しても69.4%が不足また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。そうした見通しの中、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。

※ 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。



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) 進む店舗のスマート化とオンラインの融合

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 対応を加速させていく。具体的には、他社製品との API※連携の拡大、OMO マーケティングに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」の機能強化を実践していく構えだ。

※ 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。

これらの各種施策に加えて、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は経験に基づくノウハウを蓄積している。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。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。2023年11月にはリアル開催のイベントを予定している。



## ■ 株主還元策

### 2022年6月期に初めて配当を実施。 2023年6月期は1株当たり12.00円を見込む

同社は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、1株当たり14.95円の期末配当となった。2023年6月期は、1株あたり12.00円の期末配当を実施する予定だ。2023年6月期の業績が想定を上回って着地したことを受け、従来の配当予想から1株当たり3.00円配当を積み増した。2024年6月期に関しては、1株あたり15.00円の期末配当を見込んでいる。

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。

新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