

# 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3月12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. 2025年6月期中間期の業績概要	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	07
4. 事業環境	08
■ 業績動向	09
1. 2025年6月期中間期の業績概要	09
2. 製品施策の実施状況	10
3. 財務状況と経営指標	12
4. 弊社の見方	13
■ 今後の見通し	14
■ 中長期の成長戦略	15
1. 中期経営計画の概要	15
2. 具体的なトレンドと対応方針	16
■ 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月期中間期のクラウドサービスの売上構成比は76.7%）。

#### 1. 2025年6月期中間期の業績概要

2025年6月期中間期の業績は、売上高が前年同期比11.8%増の1,106百万円、営業利益が同52.0%増の261百万円、経常利益が同52.2%増の262百万円、中間純利益が同57.1%増の194百万円だった。BtoB向けに拡大する倉庫在庫管理システム（以下、WMS）ニーズ、労働力不足解消を目的とした自動化トレンド、並びに店舗のスマート化とオンライン融合といった需要に対応する各種施策を着実に進めた結果、増収増益を実現した。特に、営業利益以下の各利益は2ケタの成長を示し、売上高の増加率を上回った。その結果、営業利益率は同6.3ポイント上昇し、23.7%となった。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・導入サービス及び機器販売サービスの売上総利益率向上も利益拡大に寄与した。また、売上総利益の上昇と並行して中期経営計画のもとで人材投資や製品開発投資を積極的に実施し、コスト増加を適切に抑制したことも、利益の急伸に大きく貢献した。

#### 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。事業環境は、自動化ニーズやOMO※マーケティングへの関心の高まりにより好調である。また、前期末時点の受注残高は過去最高水準に積み上がっており、売上高は前期を上回る見込みである。サービス別には、主力のクラウドサービスが前期比8.8%増の1,702百万円と順調に推移し、開発・導入サービスが同41.1%増の447百万円と急伸する。機器販売サービスが同32.6%減の64百万円を見込む。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。

※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。

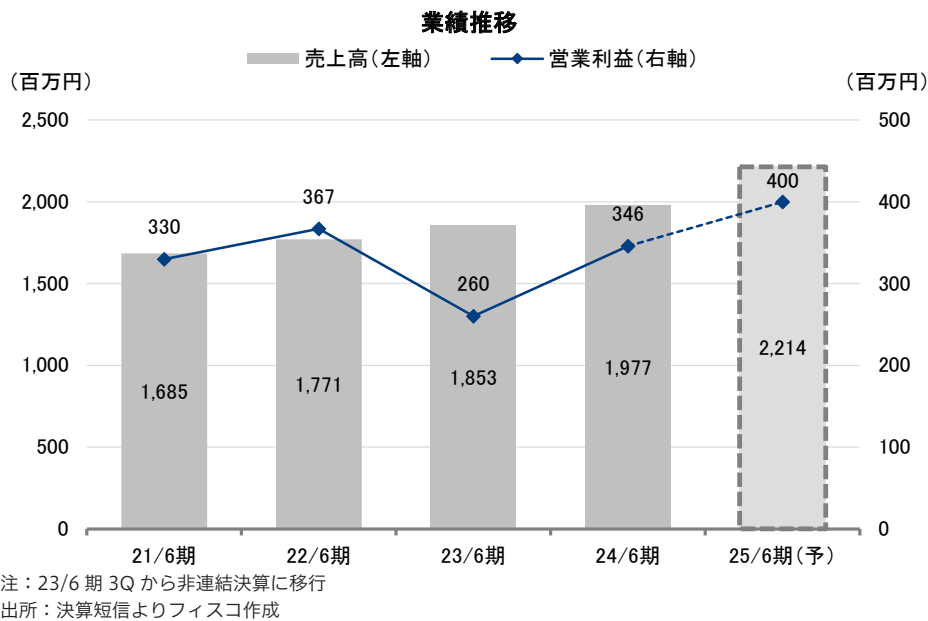
要約

3. 中期経営計画の概要

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」を中期経営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」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

- ・ 2025 年 6 月期中間期は増収増益、主力のクラウドサービスが業績を牽引
- ・ 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
- ・ 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
- ・ 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



## 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

## 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。2025年6月期中間期のサービス別の売上構成比は、クラウドサービスが76.7%、開発・導入サービスが18.6%、機器販売サービスが4.8%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) 倉庫在庫管理システム (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、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。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) で無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」を提供する。



#### 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。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。

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。



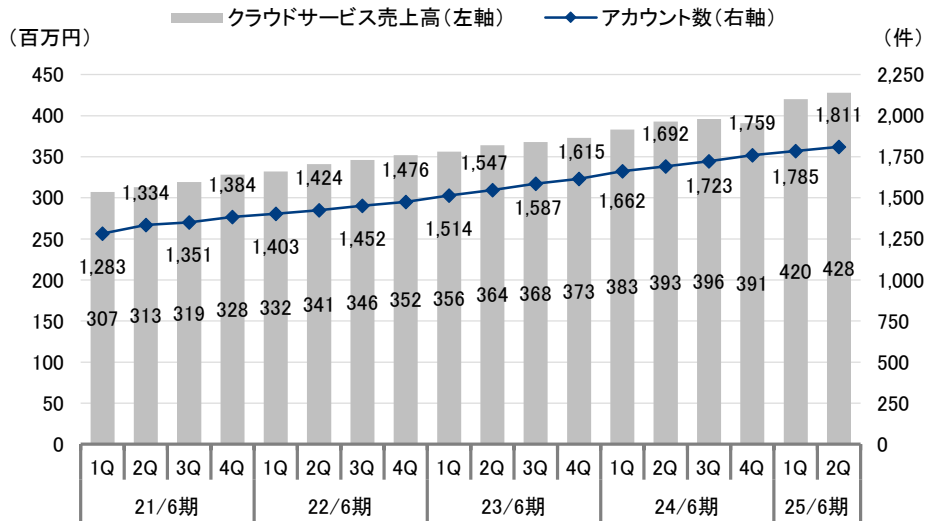
会社概要

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寄与している。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。

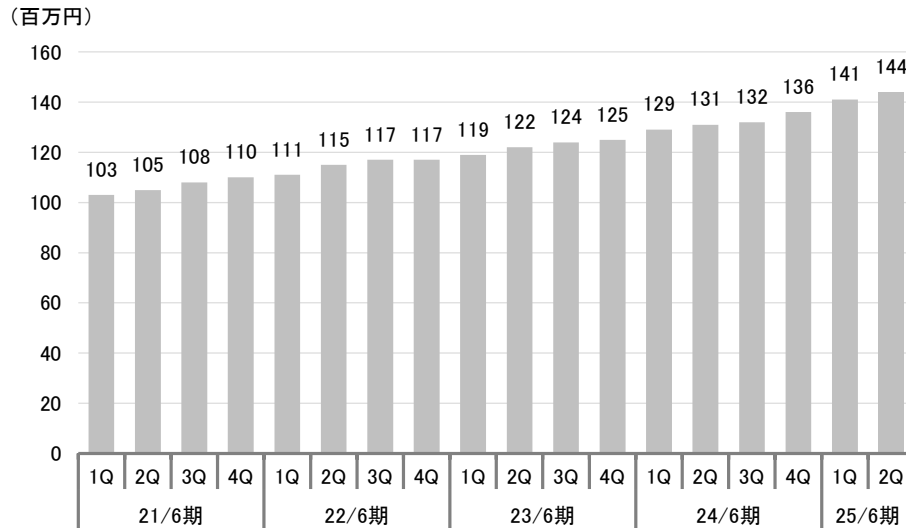
クラウドサービス売上高とアカウント数の推移



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「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

### 2025年6月期中間期は増収増益。 各利益2ケタ伸長により収益性も高まる

#### 1. 2025年6月期中間期の業績概要

2025年6月期中間期の業績は、売上高が前年同期比11.8%増の1,106百万円、営業利益が同52.0%増の261百万円、経常利益が同52.2%増の262百万円、中間純利益が同57.1%増の194百万円だった。BtoB向けに拡大するWMSニーズ、労働力不足解消を目的とした自動化トレンド、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。特に、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6.3ポイント上昇し23.7%となった。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・導入サービス及び機器販売サービスの売上総利益率の向上も利益拡大に寄与した。また、中期経営計画のもと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進捗率は売上高が50.0%、営業利益が65.4%、経常利益が65.4%、当期純利益が69.2%に達した。各段階利益は概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8.1%増加したが、その他の項目の減少によりトータルでは0.9%の減少となった。外注費は受注納品や製品開発投資の拡大により40.3%増加し、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13.7%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2.5%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88.9%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前年同期比9.3%増の848百万円、売上総利益率は同9.7ポイント上昇の65.7%であった。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月期中間期末時点のアカウント数は前期末比で52件増加し1,811件、MRRは同5.9%増の144百万円に拡大した。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。開発・導入サービスの売上高は前年同期比22.5%増の205百万円、売上総利益率は同1.0ポイント上昇の33.9%であった。BtoBニーズを持つ案件の増加により、増収を確保した。機器販売サービスの売上高は同14.2%増の52百万円、売上総利益率は同3.6ポイント上昇の36.7%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、増収を確保した。

業績動向

また、中期経営計画に掲げる各種施策も着実に進捗している。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するとともに、新たな人事制度の構築や社内組織体制の拡充にも注力している。

**2025年6月期中間期の業績**

(単位：百万円)

	24/6 期中間期		25/6 期中間期			
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	990	-	1,106	-	116	11.8%
営業利益	172	17.4%	261	23.7%	89	52.0%
経常利益	172	17.4%	262	23.7%	89	52.2%
中間純利益	123	12.5%	194	17.6%	70	57.1%
1株当たり中間純利益	38.77	-	60.52	-	22	56.1%

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ついては、イオンリテール(株)と三栄コーポレーション<8119>の導入事例がある。

イオンリテールでは、リアル店舗と EC を通じてフォーマルウェアのレンタルサービス「LULUTI」を展開している。多店舗展開と在庫管理の標準化を目指し、2023年9月にクラウド WMS「ロジザード ZERO」を導入した。導入前は 2,000 点超の在庫をアナログ管理しており、ヒューマンエラーが課題となっていたが、同社の支援により業務フローを整理し、RFID※タグを活用して貸出・返却・クリーニングの状況を可視化した。加えて、EC システムとの連携により在庫回転率を最適化した結果、ヒューマンエラーは約 8 割削減した。通常の在庫管理は在庫を保管し注文が入った時点で出荷して完結するが、レンタル事業の在庫管理では、レンタル品が戻ってきた後に、再度出荷するという循環型のプロセスが存在する。個体管理が必須となるレンタル事業において、在庫管理の標準化を実現できたことは大きな成果であると弊社では考える。

※ 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できる。

また、三栄コーポレーションでは、家具やガーデニング商材の EC 運営を行うが、コロナ禍で需要が急増し、従来のアナログ在庫・出荷管理に課題があった。そこで WMS 導入を検討し、受注管理システム「ネクストエンジン」と連携可能な「ロジザード ZERO」を採用した。複数倉庫への自動出荷指示やバーコード管理の導入により誤出荷を削減し、業務効率の向上により残業時間がほぼゼロになった。また、リードタイム短縮や配送指定対応が可能になり、さらなる受注増につながった。

業績動向

### (2) 労働力不足を補う自動化トレンド

労働力不足を補う自動化トレンドについては、AI 物流ロボットとの連携や、近距離無線通信を利用した自動認識技術である RFID のオプション機能化のほか、他社製品アプリとの自動連携による省力化に取り組んだ。

RFID の導入に関しては、現状、顧客の商材が多岐にわたるため、電波の届き方など現場ごとに個別の課題が存在している。しかし、一部の導入企業では棚卸作業が10分で完了するとの評価も得られている。RFID はバーコードに比べ単価が高く、また自動認識という特性上、電波の受信の制御が顧客環境において難しいという二つのネックが存在するが、近年、単価は低下傾向にありコスト面における課題は概ね解消されている。

他社製品アプリとの自動連携に関して、佐川急便(株)の事例では、送り状発行機能との API ※連携により自動で送り状を発行する仕組みが整備された。自動連携によって荷主の作業負担も軽減され、さらに倉庫会社側においても API 連携を活用し、荷主からの依頼を代行して受けることが可能となった。

※ 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。

### (3) 進む店舗のスマート化とオンラインとの融合

進む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留まっていたが、店舗での販売と通販が一体となるケースが増加する中、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、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」が挙げられる。同製品は、アプリのカメラ機能を活用し、商品の入出荷や移動をバーコード検品することで、各店舗の在庫数をリアルタイムに確認できる。これにより、店舗スタッフは在庫状況を即座に把握し、迅速な顧客対応が可能となる。また、スマレジや Shopify などの周辺システムと連携し、オムニチャネルの実現をサポートする。さらに、クラウド WMS 「ロジザード ZERO」 との連携により、倉庫と店舗の在庫を一元管理し、入出荷実績をリアルタイムで確認できる。これらの機能により、在庫管理の効率化と顧客満足度の向上が期待できる。

### (4) ぶらっとホーム(株)との技術提携・共同研究を開始

同社は、ぶらっとホームとブロックチェーン技術の物流分野への活用に関する共同研究の実施について合意し、2025年2月13日付で技術提携契約を締結した。物流業界は、2024年問題に伴う人手不足や運送コストの上昇など多岐にわたる課題に直面しており、業界全体として効率化が急務となっている。同社が提供するクラウド WMS 「ロジザード ZERO」は、1,800 を超える物流現場で利用され、在庫管理業務における各種情報・データが日々蓄積されている。本研究では、「ロジザード ZERO」の物流ビッグデータとぶらっとホームが開発するブロックチェーン技術「ThingsToken™」を融合させることにより、物流現場での Web3 技術活用の可能性を引き出し、物流業界への貢献を目指すものである。「ThingsToken™」は、現実世界の資産 (RWA: Real World Asset) である物品や設備、デバイス群を仮想化することにより、Web2 の世界と Web3 の世界を結び付け、現実資産に関連するトークンエコノミクスを加速するシステムであり、ぶらっとホームの登録商標である。

## 自己資本比率が 87.6% 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月期中間期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比125百万円増加の2,382百万円となった。このうち流動資産は、同57百万円増の1,917百万円となった。これは主に、資金の回収によって現金及び預金が51百万円増加したことによる。固定資産は同68百万円増の464百万円となった。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27百万円増加したことによる。

負債合計は前期末比37百万円減少の294百万円となった。これは主に、未払賞与を支払ったことによる。純資産は同163百万円増加の2,087百万円となった。これは主に中間利益の計上により利益剰余金が138百万円増加したことによる。

経営指標を見ると、流動比率が650.9%、固定比率が22.3%となった。流動比率が前期末比90.3ポイント上昇、固定比率が同1.7ポイント上昇と、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2.3ポイント上昇の87.6%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 期末	25/6 期中間期末	増減
流動資産	1,860	1,917	57
現金及び預金	1,537	1,588	51
固定資産	396	464	68
総資産	2,256	2,382	125
負債合計	331	294	-37
流動負債	331	294	-37
純資産	1,924	2,087	163
利益剰余金	1,453	1,591	138
負債純資産合計	2,256	2,382	125
<b>【主要経営指標】</b>			
自己資本比率	85.3%	87.6%	2.3pp
流動比率	560.6%	650.9%	90.3pp
固定比率	20.6%	22.3%	1.7pp

出所：決算短信よりフィスコ作成



#### 4. 弊社の見方

2025年6月期中間期において、同社が推進する各種施策は着実な進捗と成果が実現されており、通期計画達成の可能性は非常に高い。また、これらの取り組みは中長期的な成長の基盤を形成していることから、将来的な成長可能性にも大いに期待できる。

クラウドサービスの長期的視点でのアカウント数は、最低でも3,000件を目標としている。新規顧客の獲得と解約防止の両面に注力しており、もともとBtoB及びBtoCの両市場で展開してきたが、近年は物流問題に直面しているBtoB企業に対して、利便性を高める施策を強化している。従来は無店舗小売業の領域でアカウントを拡大してきたが、今後は大手小売業者など、既存の自社システムを持たない企業や、エクセル管理などの旧態依然とした管理体制を刷新する余地がある企業へのアプローチが進むだろう。また、導入後も同社エンジニアが各種サポートを実施しており、定期的なバージョンアップにより機能を自動的に付加することで、解約防止にも努めている。また、売上総利益率については、アカウント数の増加に比例して良化する傾向があるが、2023年6月期からの売上総利益率の推移を見ると、2023年6月期第4四半期の54.6%を底として、2025年6月期中間期の65.7%に至るまでには増減の波がある。これは、MRRの上昇と導入を支援する人材のキャパシティとの密接な関連性が要因である。同社サービスは、その専門性の高さから人材育成に一定の時間を要する。これが原価を押し上げ、売上総利益率が一時的に低下する局面がある。しかし、従業員が自走できるまでに習熟すれば売上総利益率は上昇する構造となっている。現状は、積極的な人員増加のタイミングであることから、売上総利益率は今後も増減する可能性があると考えられる。

開発・導入サービスにおける受注から納品までのリードタイムについては、案件の規模によって様々である。短期間で納品される場合もあれば、大型案件では受注までの期間が長引くとともに、要件定義に約3か月を要するケースも存在する。開発面におけるユーザーの意見の取り入れ方については、まず顧客の要望を基に初期段階では顧客毎の個別の開発で対応している。その中で、需要が高い機能については標準化を進め、製品機能に組み込んでいる。同社製品は定期的なバージョンアップを実施しており、一部の機能については、ユーザーのニーズを先回りして実験的に先行導入する場合もある。

人員計画に関しては、2025年6月期においては全体で132名(エンジニア87名、コーポレート及び営業45名)、中間期末時点では125名(エンジニア82名、コーポレート及び営業43名)となっており、通期の採用計画である132名に対しては、若干前倒しで進んでいる状況である。コロナ禍を経た働き方の変化に関しては、オフィス出社を推奨する企業が増加しているが、同社は職種に応じた柔軟な働き方を維持する方針である。開発担当やプログラマーはフルリモートワークが可能である一方、顧客対応が求められる導入メンバーに対してはリモートと出社を組み合わせたハイブリッド型を採用している。管理部門においても同様に、出社とリモートを織り交ぜた勤務形態をとり、各部門で出社日数を定め、社員間のコミュニケーションを重視している。

その他、ぷらっとホームとの技術提携については、今後、在庫情報や、輸配送及び保管に関する膨大なデータの有効活用が期待される。クラウドサービスのアカウント数は足元で1,800件を超えているが、各アカウントの情報はそれぞれ独立して完結している状態である。これらの情報を統合することで、輸配送や保管の効率化に資する可能性があると考えられ、共同研究の可能性を検討している。

## 業績動向

以上の通り、同社は各分野において着実な取り組みを進めるとともに、顧客ニーズに柔軟に対応し、今後のさらなる成長を実現する体制を整備していると弊社では見ている。

## ■ 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ほか、開発・導入サービスの売上高も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くることが想定される。これらにより、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つつも収益性を高める計画だ。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。

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。

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。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している。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。

今後の見通し

### 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。前中期経営計画をローリング補正した格好だが、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リング、4) 社員が安心して業務できる制度づくりを推進する。

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期経営計画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する。BtoB 企業の新規獲得に注力する理由は、足元の引き合いが活況を呈している事に加えて、高まるレガシーシステムからの脱却・物流 DX といったニーズが強くなっている事も背景にある。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、市場規模が大きく、SaaS 型の WMS が浸透していない 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。

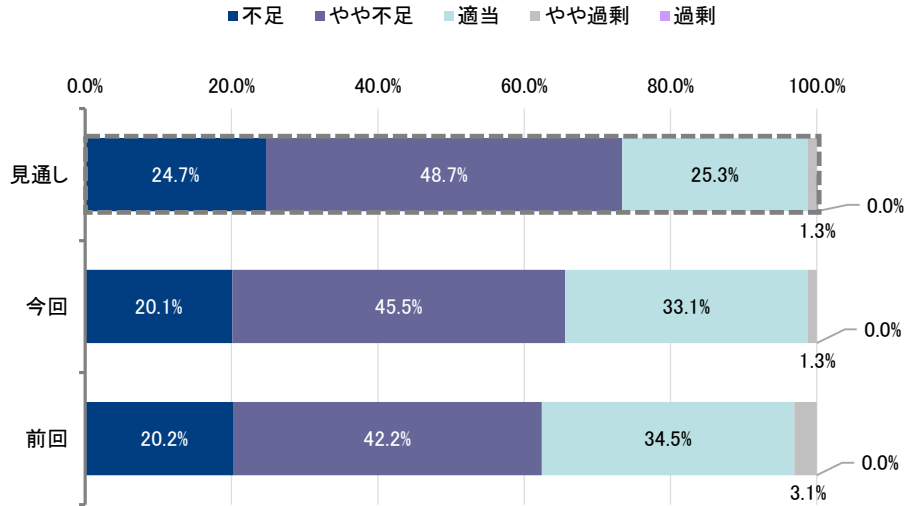
BtoB に求められる機能の実装としては、顧客企業と協力しながら、BtoB の作業フローにより即した機能の作り込みを行っている。直近では、「ロジザード ZERO-STORE」にネット注文の店舗受取・店舗出荷機能を標準機能として追加したほか、BtoB に特化した基幹システムとの連携として「商蔵奉行クラウド」との API 連携を開始している。同社はもともとアパレル業界の BtoB 向けに事業を開始したという成り立ちがある。この特性上、BtoB に適したシステムの作り込みはスムーズに進むものと推察される。こうしたなか、BtoB での導入事例は増加傾向にあり、一例を挙げると、「ロジザード ZERO」を導入した（株）ベ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 2025 年 2 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、2024 年 10 月～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 65.6% となり、前回調査（2024 年 7 月～9 月期）より 3.2 ポイント悪化している。また、今後の見通しに関しても 73.4% 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。

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、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。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。

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する方針だ。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する。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おり、集客活動と営業活動のノウハウを蓄積している。この他、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。



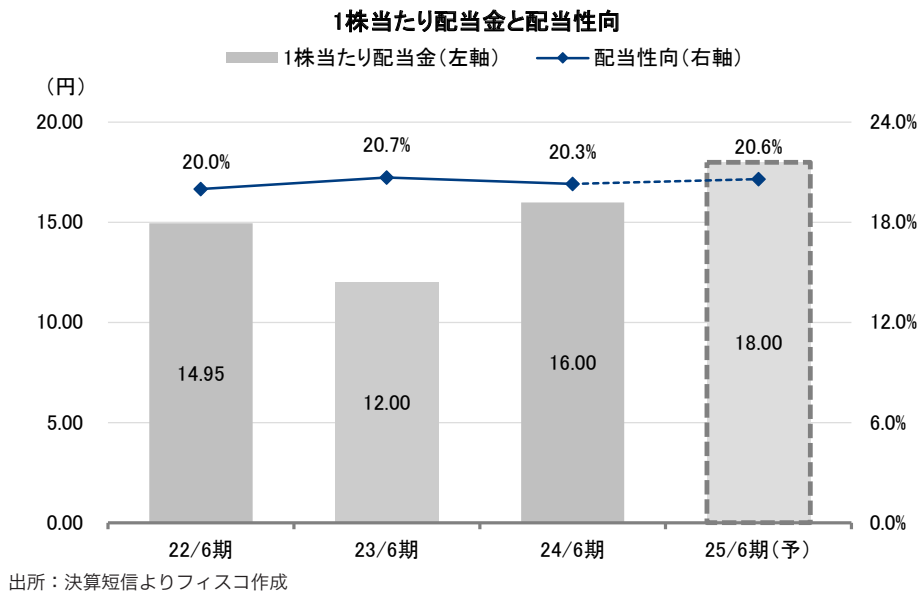
## ■ 株主還元策

### 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、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円であった。2025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%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