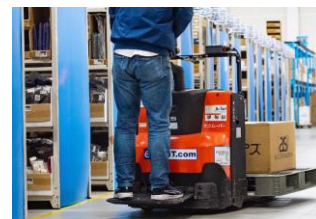




2022年3月期 決算説明資料

2022年5月16日

株式会社イー・ロジット
(証券コード：9327)



イー・ロジットは

『変化を先取りし、 人々の感動体験を進化させ続ける』

をビジョンとし、会社設立から21年間、

EC通販の物流代行サービスと

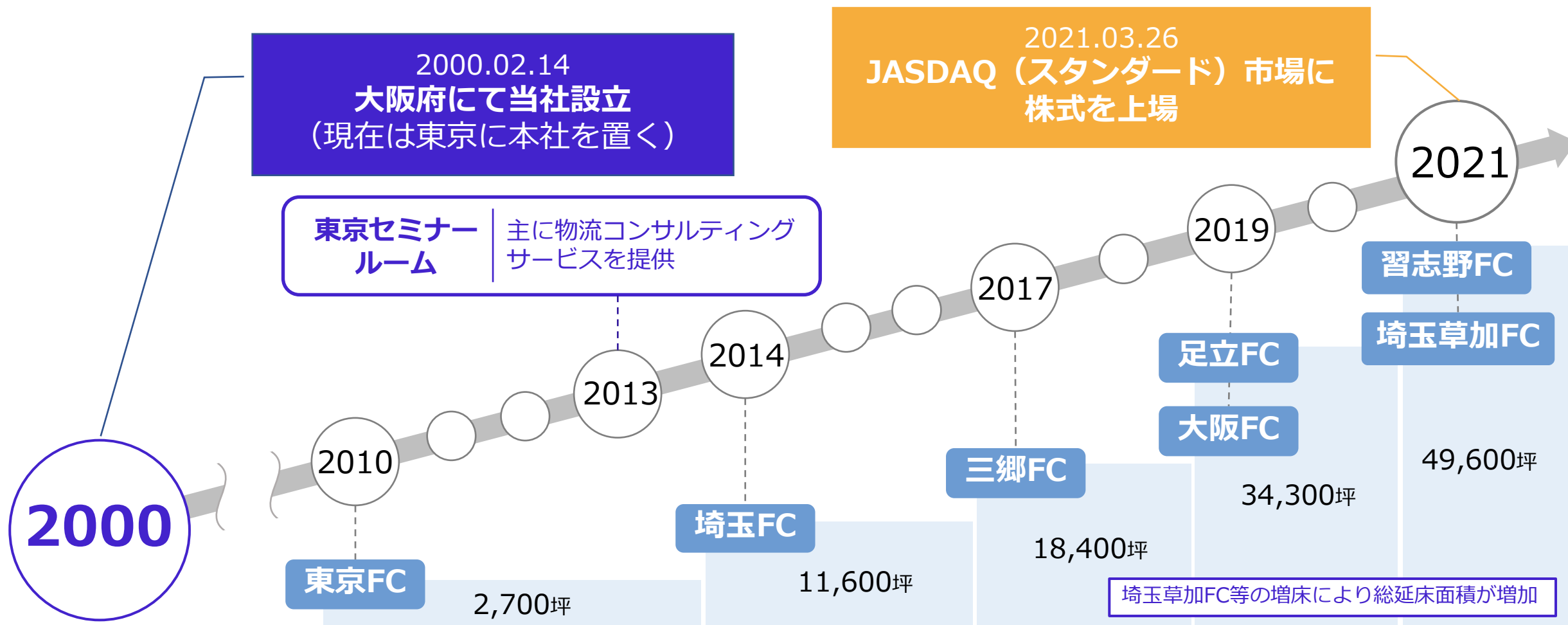
物流コンサルティングサービスを中心に、

戦略物流思考で多彩なサービスを展開しています。

1. 会社説明
2. 2022年3月期 決算概要
3. 今期・来期以降の計画
4. APPENDIX (参考資料)

1. 会社説明

通販物流事業及び物流業務のコンサルティングを行うことを目的として当社設立
関東・関西を中心に物流サービスを行うフルフィルメントセンター（FC）を全7拠点展開



Vision

変化を先取りし、人々の感動体験を進化させ続ける

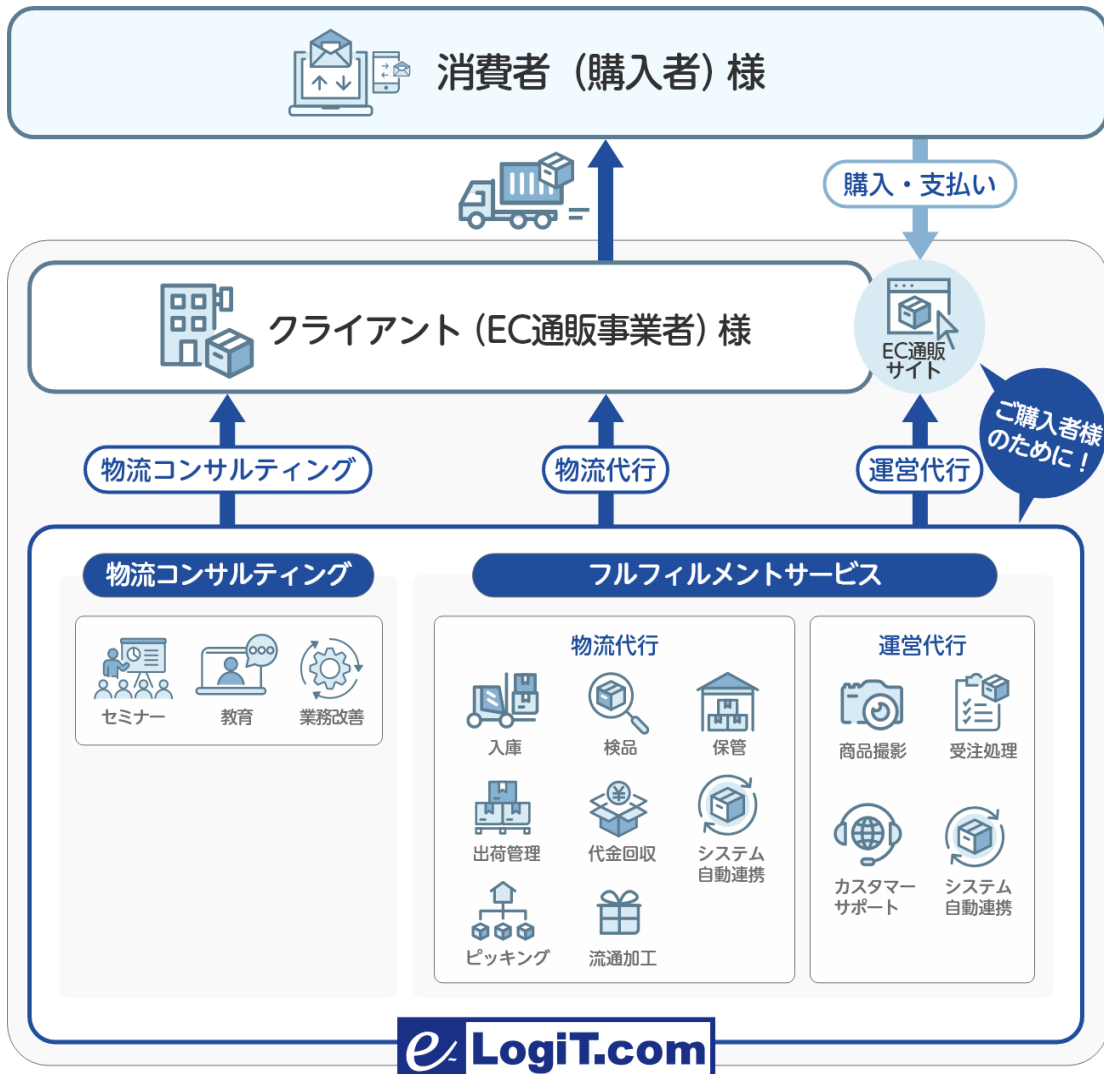
Mission

- ・ グローバルな視点から流通を俯瞰する
- ・ 誰よりもその先のお客さまに役立つソリューションを探求する
- ・ 通販/小売物流のプロフェッショナル集団を目指す
- ・ 最先端テクノロジーを活用することにより、

高付加価値を実現する、「感動創造」No.1企業をめざす！

Value

- ・ 常にその先のお客さまのために考え行動し、信頼される存在となる
- ・ 圧倒的な提案力で荷主さまと共に成功を創る
- ・ 新しい目で、常に学び、自分自身を向上させ続ける
- ・ すぐ・まずやってみる、そして全員でやりきる
- ・ 謙虚で素直な心で仕事を楽しむ



物流業務をアウトソーシングされるEC通販事業者様向け

● 物流代行サービス

商品保管、ピッキング、流通加工、梱包、配送、代金回収等

● 運営代行サービス

EC通販サイトの運営における、商品撮影、受注処理、お問い合わせ対応等のカスタマーサポート



EC通販事業者様や消費者(購入者)様のニーズに対応した
フルフィルメントサービス※をワンストップで提供

※EC通販サイトの構築から受注処理、カスタマーサポート、商品管理、物流代行、配送、代金回収等、EC通販サイトの運営に係わる代行を一括で提供するサービスをいいます。

物流業務を自社運営される企業様向け

セミナー、教育、業務改善等の
物流コンサルティングサービスを提供

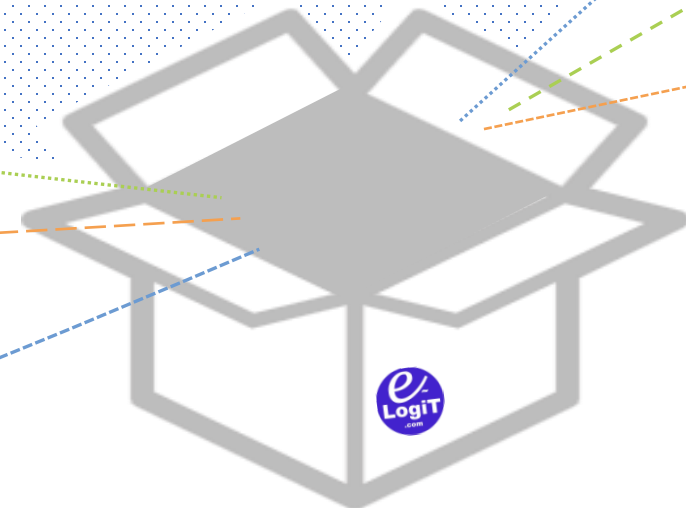
通常、物流はいかにコスト削減できるかがポイントとなりますが、

当社では「**EC通販企業様の売上を伸ばす**」そして

「**商品を購入したお客様がリピートしたくなるサービスの提供**」のため

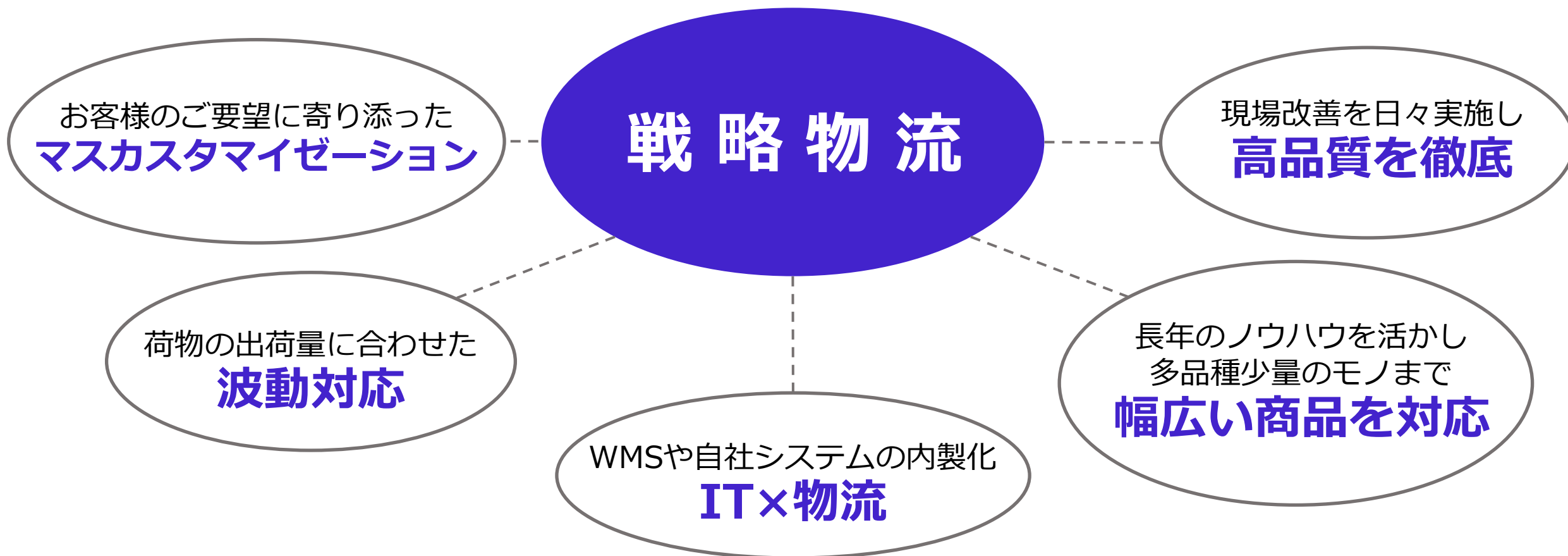
特に **波動対応** と **マスカスタマイゼーション** に

力を入れております。



EC通販物流の売上UPに繋がる物流

物流によるサービスで商品のリピート購入へとお繋ぎします



総延床面積49,600坪のフルフィルメントセンター(FC)を運営

- 当社は5,000坪前後を目安に開設
他社の通販物流センターは1,000~2,000坪程度が多い
- 関東エリアは近隣のFC間の距離を20km以内に開設するドミナント戦略
機動的に商品・スタッフを移動し、EC通販事業者様の繁忙の波に対応 (波動対応)
- 関東・関西の2つのエリアでの稼働により、配送コストの削減やリードタイムの短縮を実施

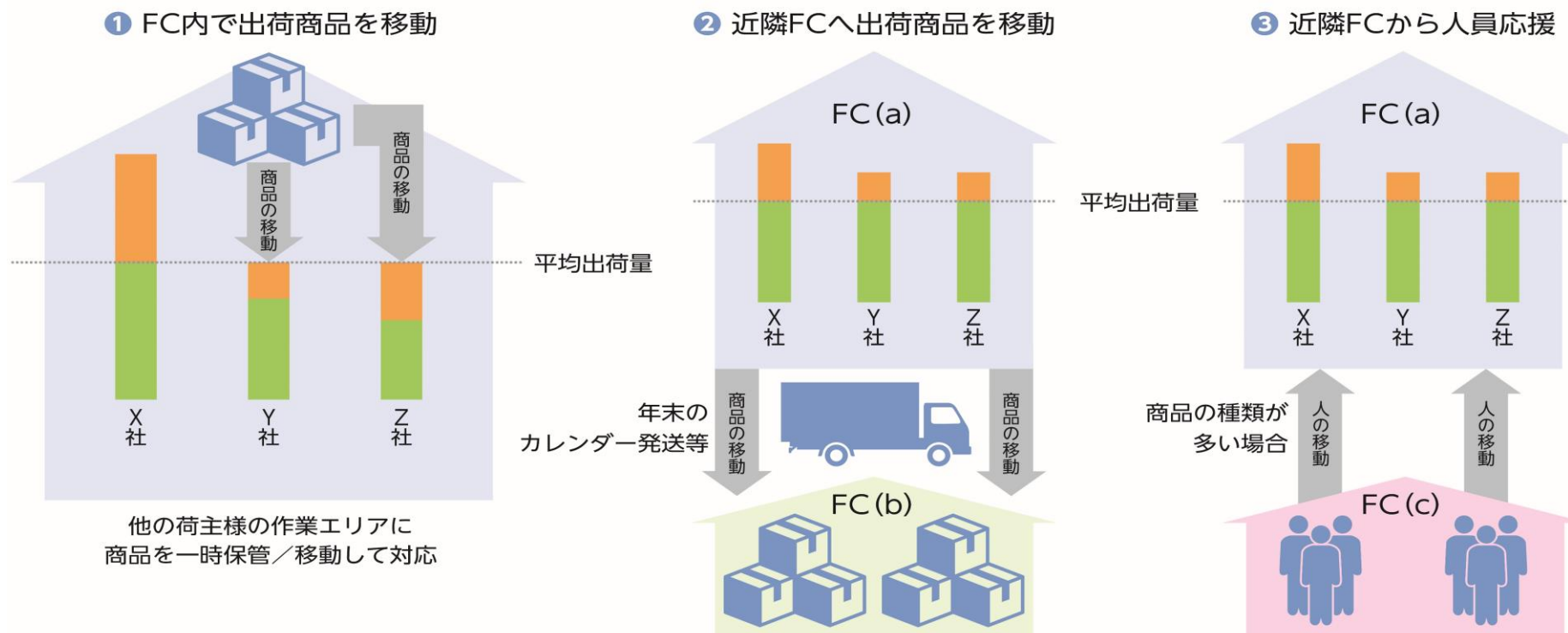
※2021年6月1日に埼玉草加FCを新規開設しました



※2023年3月期に大阪第2FCを新規開設予定
関西エリアもドミナント展開していきます

大型FCのドミナント展開により、出荷業務を平準化し、 EC通販事業者様の突発的な売上増大に対応 = 波動対応

例) 荷主様X社にて販促キャンペーン実施等により商品出荷量が増加するケース



波動とは??

出荷量の波のことを指し、お中元・お歳暮・クリスマスのシーズンやセール、キャンペーンなどで一時的に出荷量が増加することをいいます。

イー・ロジットでは、**EC通販企業様のブランドの世界観や価値観**を物流で表現することで、EC通販の独自性に協力しております。
 商品の購入者様のために梱包する資材にこだわったり、手の込んだラッピングを施したり、
商品付加価値を向上する作業を行っております。

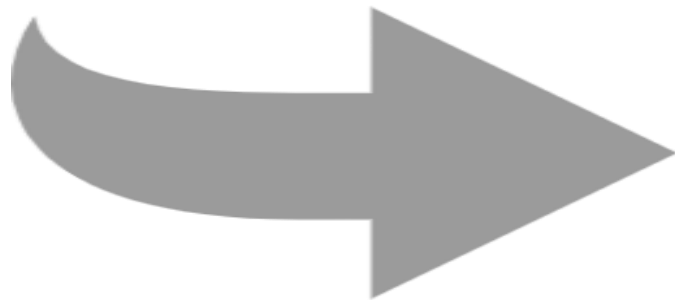
他社は、すべての会社と同じオペレーションを適用

※ プラットフォーマー、ロボティクス導入企業

	入荷	保管	梱包	ラッピング	出荷
X社向け	○	◇	□	☆	▽
Y社向け	○	◇	□	☆	▽
Z社向け	○	◇	□	☆	▽



当社では、各社の独自性を支援しつつ、
 ベースとなる作業は全社統一



	入荷	保管	梱包	ラッピング	出荷
X社向け	○	◇	□	☆	▽
Y社向け	◎	◇	■	☆	▽
Z社向け	○	◆	□■	◎	▽

品質を重視するイー・ロジットは、一般的な茶色い段ボール箱ではなく基本的にあえて汚れが目立つ**白い段ボール箱**で梱包しエンドユーザー様へ商品をお届けいたします。そのため、より一層丁寧な作業を心がけております。



※EC通販事業者様のご要望にお応えし、ラッピング対応や梱包資材の変更も可能

IT×物流

●WMS※をオリジナル開発

複数のEC通販事業者様の通販サイトの仕様に合わせた、
通販カートシステムと連携することで、複雑な在庫管理を
システムで管理

●自社のシステム部門で内製化

EC通販事業者様のシステム環境と柔軟に連携
スムーズな立ち上げが可能
新サービス導入の取り組みにも積極的



WMS とは ??

Warehouse Management Systemの略で、倉庫管理システムを意味し、
倉庫内の商品の保管場所、消費期限、入出荷、数量等の情報を管理する
ソフトウェアのことをいいます。

信頼と信用を積み重ね、既存顧客からの紹介も多数
小規模から大規模荷主様まで幅広く対応

1

難易度が高い
多品種少量
に対応

2

様々な商品に対応し
実績とノウハウ
を構築

【商品例】
食品、ワイン、化粧品、アパレル、
玩具、グッズ、カー用品等

3

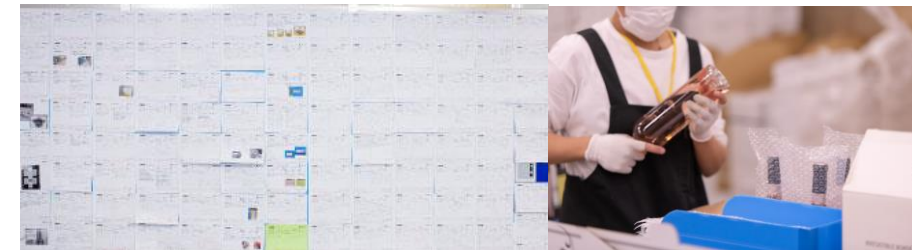
**現場実務・
物流コンサルティング**
と、スパイラルに
ノウハウを深耕

高品質

- 「当たり前」を徹底して**こだわり抜く品質**。
- 誤出荷など問題が発生した際に、原因究明と改善の実施、共有までを必ず行う**徹底した取り組み**。

改善活動

- 様々な工程に**改善提案を積極導入**。
- 現場スタッフから上がってくる改善提案数は年間7,200件以上。
- 社内外に対してサービス提供する物流人材の育成・教育を実施。厚労省のビジネス・キャリア検定試験合格講座も実施し、社内での資格保有者は多数。



FC内に掲示される改善提案書。現場スタッフからの様々な改善提案を取り入れ、作業効率を高めています。

イー・ロジットでは、お客様自身の売上アップに貢献するサービスを提供しております。実際にサービスをご利用いただいたお客様からのお言葉をご紹介します。

コンサルティング/小売チェーン店A社様

自社EC倉庫の改善はやり尽くしたと思っていたが、イー・ロジットにコンサルティングを頼んだところ、**新たな着眼点を発見**し、レイアウトの改善によってピッキングや梱包作業のスピードが更に向上しました。**一緒に物流の改善を進めることができ、より効率的な倉庫にすることができた。**



物流代行/ECショップB社様

サイトでの口コミで「対応や配送が早くて助かった！」という高評価のレビューが増え、**店舗の総合評価のアップ**に繋がった。



物流代行/製造卸C社様のD2C事業

ラッピングサービスを利用することにより、プレゼント需要を取り込むことができ、クリスマスの受注が**昨対200%**になった。



イー・ロジットでは冷凍・冷蔵商品の対応も可能です

冷凍／冷蔵物流×フルフィルメントサービス

① 常温・冷凍・冷蔵の3温度帯にも対応

食品系の物流業務は、他の商材よりもはるかに高度な品質管理が求められます。特に食品系の商材にとって、温度管理はコントロールが難しく、倉庫によっては温度帯で扱える範囲に制限があります。

イー・ロジットでは、常温・冷蔵品・冷凍品の3温度帯に対応が可能なため、幅広い商材を取り扱うことができます。

② 自社WMSで賞味期限管理が可能

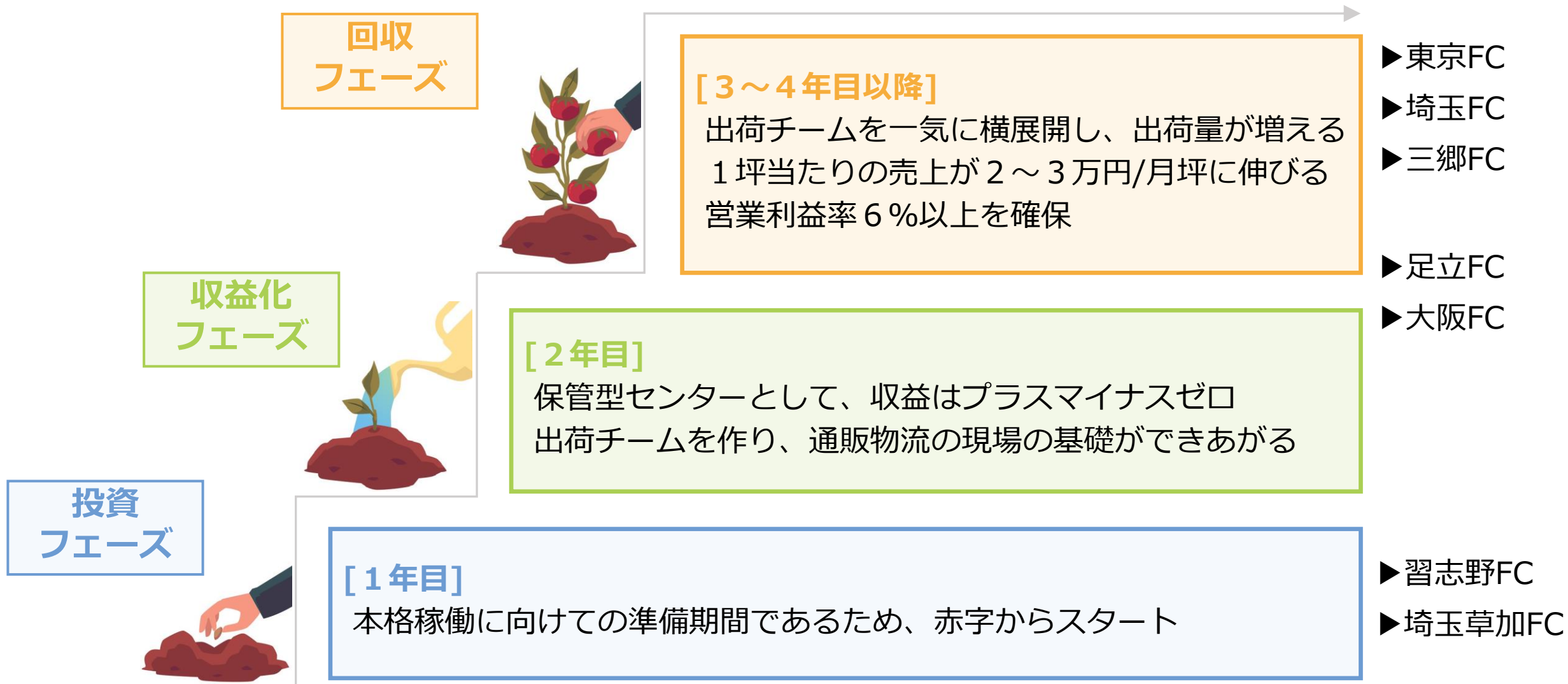
自社開発のWMS（倉庫管理システム）で賞味期限やロットなどを商品ごとに管理することが可能です。

（納品許容日数の設定、賞味期限別の在庫管理も可能）

対応可能な商品の一例

- ・ 冷凍食品
- ・ お酒（日本酒、ワイン等）
- ・ 調味料（味噌、醤油）
- ・ チョコレート
- ・ ハム、ソーセージ





当社は、株主の皆様に対する利益還元を重要な経営課題の一つとして捉えており、経済動向、経営成績及び財務状況等を総合的に勘案し、配当を実施しております。

また、当社は成長過程にあるため、事業規模の拡大には新規のフルフィルメントセンターの賃貸借や設備の購入等の先行投資が必要であるため、内部留保を充実させていくことも必要であると認識しております。

今後も経済動向、経営成績及び財務状況等を総合的に勘案し、株主還元策として安定的に配当を実施していく方針であります。配当性向は30%を目指してまいります。

加えて、経営基盤の安定化のための財務体質を強化するとともに事業規模を拡大させることによって、企業価値の拡大を目指してまいります。

2. 2022年3月期 決算概要

- 前期比14.1%増収、売上高過去最高を更新
- 新規顧客獲得が順調、既存顧客の伸長
- F Cの新規開設により、コスト増加
- 各段階利益は減益となるものの、修正計画を上回り着地

売上高

122.08億円

前期比 +14.1%

営業利益

△ 1.95億円

計画比 +97百万円

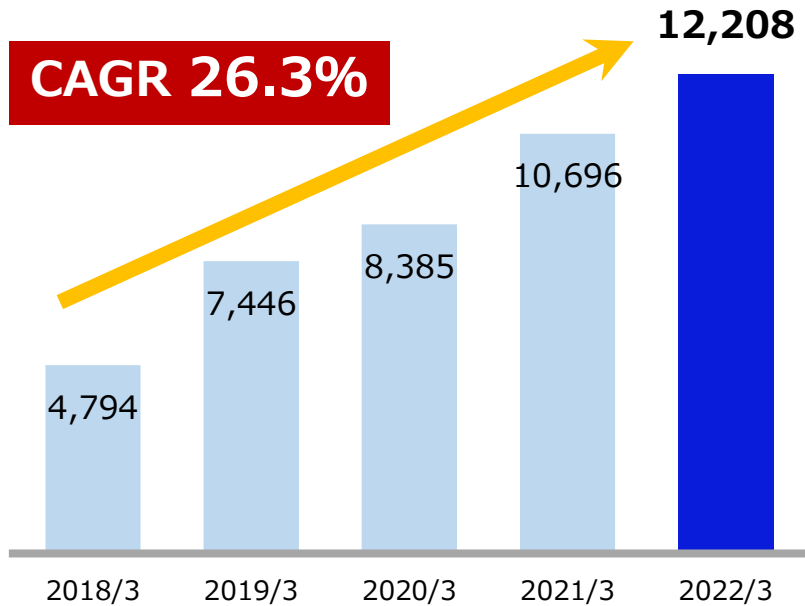
2022年3月期の振り返り

- 売上高は、11月から12月にかけての年末商戦期の出荷量が増加したことや、新規顧客の獲得と稼働が順調に推移したことにより、**過去最高値を更新(14.1%増)**。
- 利益面は、イベントグッズ関連の売上が回復せず、新規開設したF Cの賃借料増加を吸収できなかったことと、新規顧客の立ち上げ準備に伴う労務費・人材派遣費等が増加したことから、営業利益、経常利益、当期純利益は前年同期比で減益。

新規顧客の獲得に加え、既存顧客の伸長が、当社の売上成長を牽引

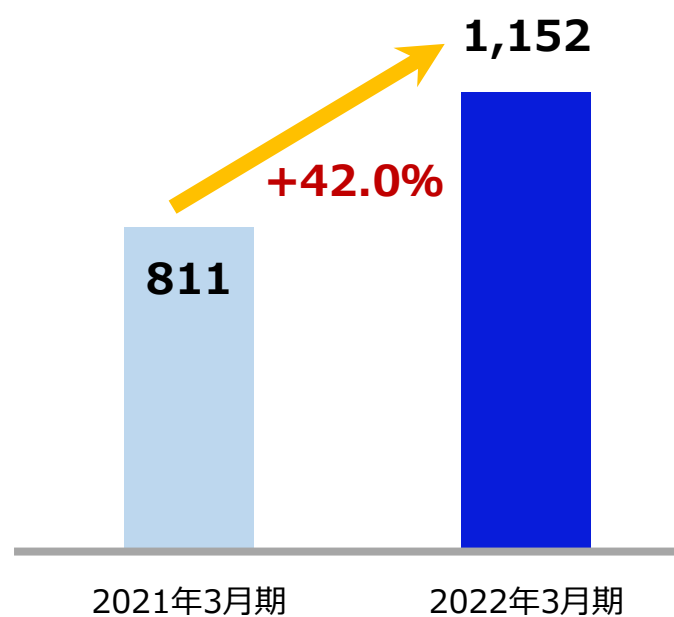
■ 直近5年間の売上高推移

(単位：百万円)



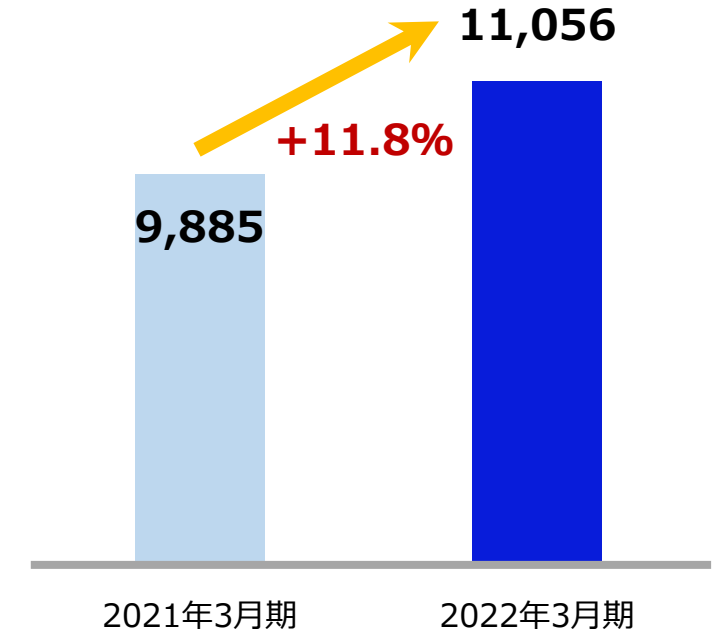
■ 新規顧客の売上高推移

(単位：百万円)



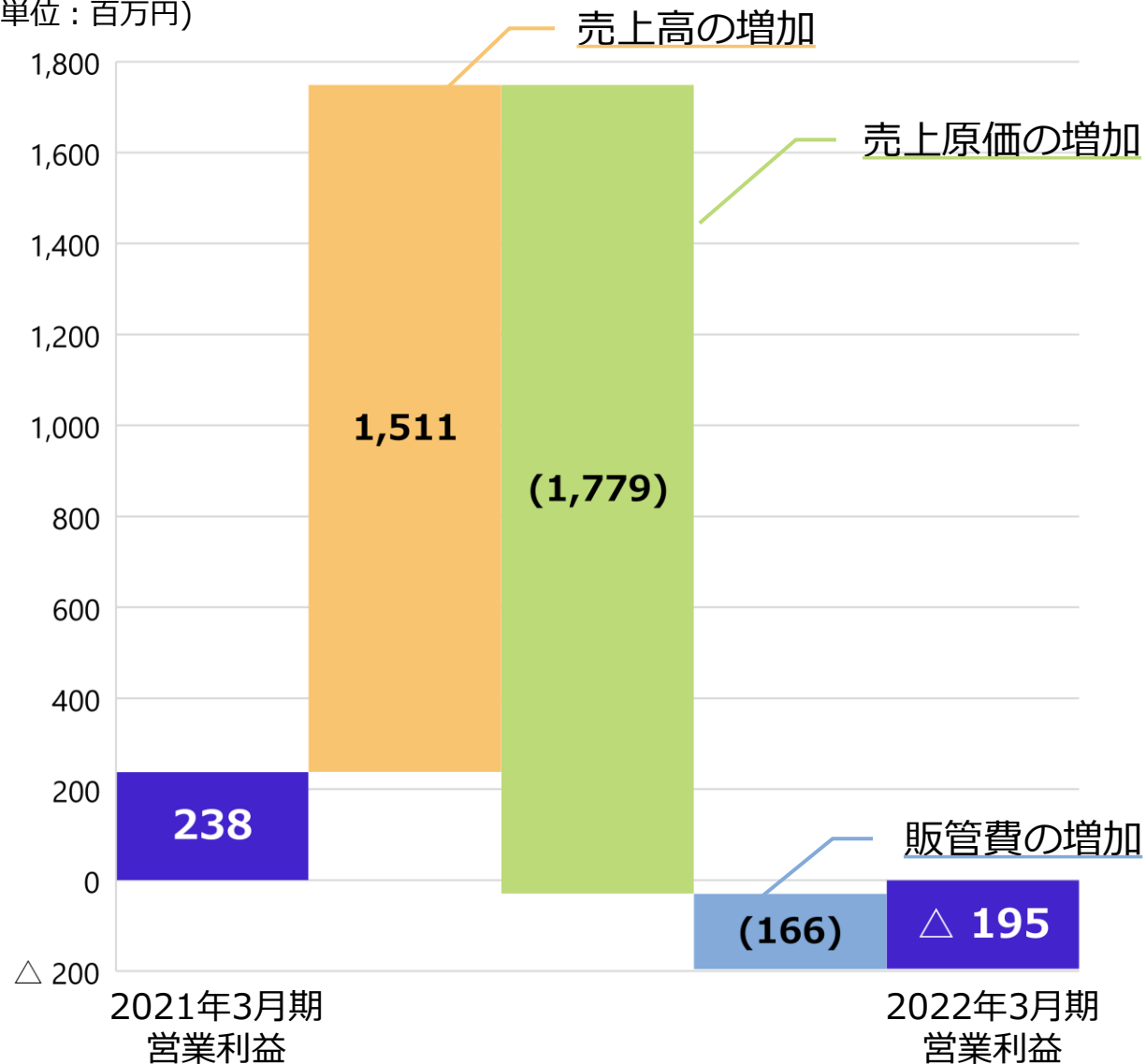
■ 既存顧客の売上高推移

(単位：百万円)



※新規顧客の売上高：事業年度中(4月から翌年3月まで)の間に新たに稼働開始し売上計上した金額の合計額

(単位：百万円)



(単位：百万円)

主な要因	前期対比 増加額	前期対比
売上高の増加	+1,511	+14.1%
売上原価の増加	+1,779	+18.1%
習志野FC・埼玉草加FCの新規開設に伴う賃借料の増加	+685	+39.9%
出荷量の増加に伴う荷造運賃の増加	+639	+14.0%
新規顧客の立ち上げ準備に伴う労務費・人材派遣費の増加	+308	+12.8%
販管費の増加	+166	+27.7%
新卒32名の採用等に伴う人件費・採用費の増加	+100	+36.7%

前期対比15.1億円、修正計画を4.8億円上回る増収 各段階利益は減益となるものの、修正計画を上回り着地

(単位：百万円)	2021年3月期	2022年3月期	2022年3月期	2022年3月期	前期対比	
	実績	修正計画※	実績	修正計画増減額	増減額	増減率
売上高	10,696	11,720	12,208	+488	+1,511	+14.1%
営業利益	238	△292	△ 195	+97	△434	—
経常利益	241	△286	△ 190	+96	△431	—
当期純利益	151	△368	△ 342	+26	△493	—
1株当たり当期純利益	53.80	△106.54	△ 98.80	—	—	—

※2021年11月15日公表の2022年3月期通期業績予想の修正値

財務の安定性を示す指標である有利子負債比率は100%を大きく下回る

(単位：百万円)

	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	前期末対比 増減額	主な増減内容
資産合計	5,016	5,239	+222	
流動資産	3,459	3,519	+60	売掛金 +169
固定資産	1,557	1,720	+162	差入保証金 +212
負債合計	2,959	3,472	+512	
流動負債	2,314	2,762	+447	買掛金 +136 未払金 +373
固定負債	645	709	+64	長期借入金 +54
純資産合計	2,057	1,767	△289	新株発行 +59 繰越利益剰余金 △353
負債・純資産合計	5,016	5,239	+222	
有利子負債比率	28.0%	41.1%	+13.1pt	
自己資本比率	41.0%	33.7%	△7.3pt	

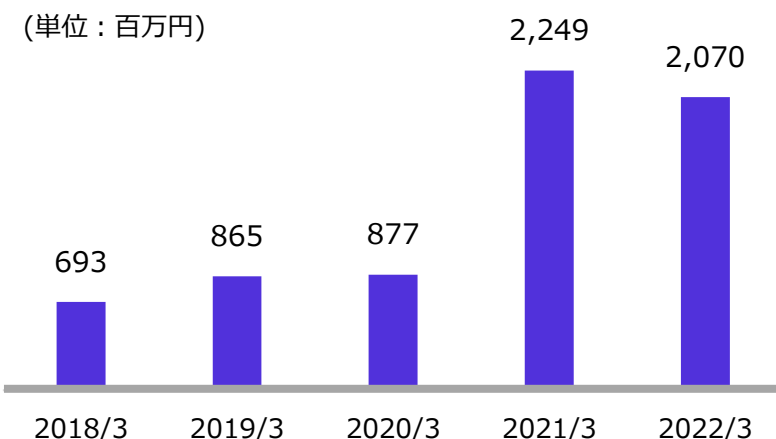
(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	830	▲27	▲858
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲265	▲352	▲87
フリーキャッシュ・フロー	565	▲380	▲946
財務活動によるキャッシュ・フロー	806	201	▲605
現金及び現金同等物の期末残高	2,249	2,070	▲179

【主な変動要素】

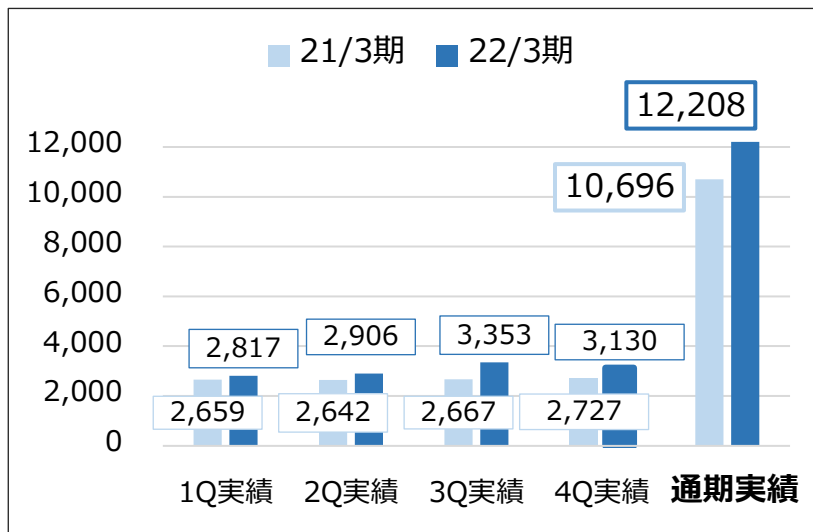
- 営業キャッシュ・フロー
税引前当期純損失、売上債権の増加、未払金の増加
- 投資キャッシュ・フロー
差入保証金の増加、有形固定資産の取得
- 財務キャッシュ・フロー
長期借入金の借入

■ 現金及び現金同等物の期末残高推移



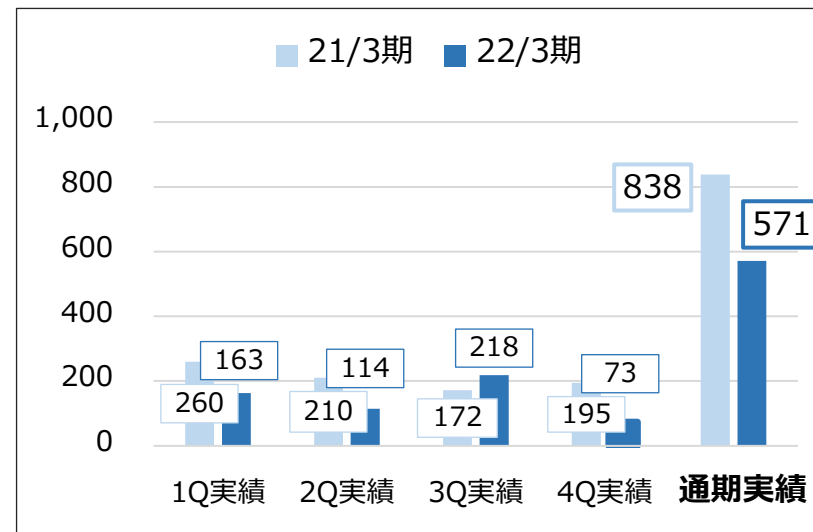
売上高

(単位：百万円)



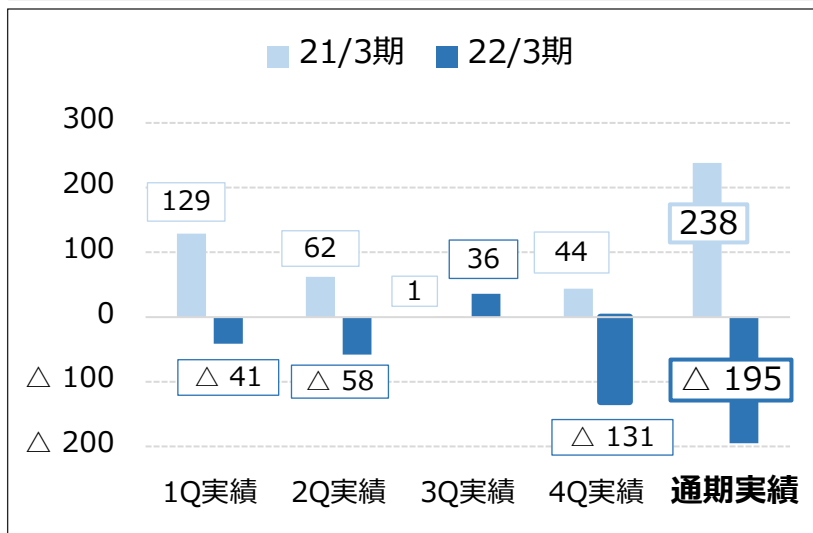
売上総利益

(単位：百万円)



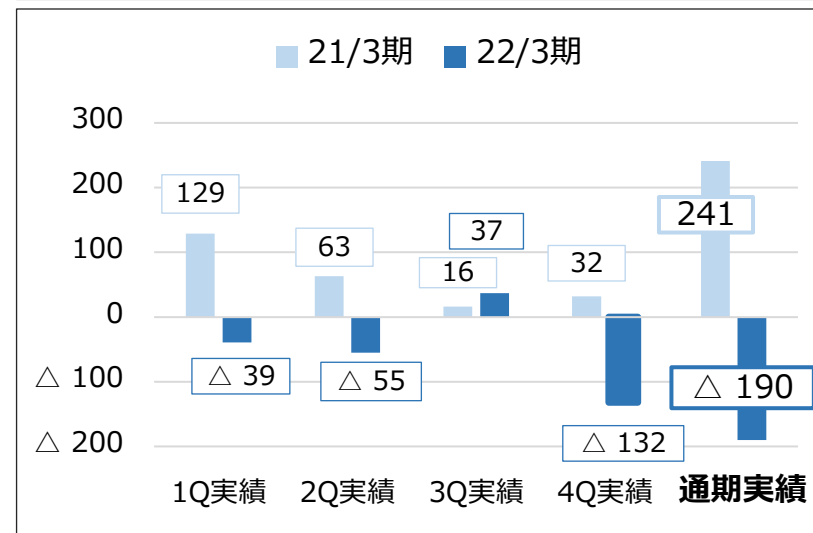
営業利益

(単位：百万円)



経常利益

(単位：百万円)



※2022/3期 4Q(1~3月)において、2023/3期に向けた先行投資(マテハンの購入、幹部人材の採用等)を実施

2. 今期・来期以降の計画

引き続き、EC通販物流事業の売上をさらに伸ばしていくとともに、利益率向上のための取り組みを強化し、通期黒字化を目指します。

(単位：百万円)	2023年3月期 計画	2022年3月期 実績	前期対比	
			増減額	増減率
売上高	13,342	12,208	+1,133	+9.3%
営業利益	101	△195	+296	—
経常利益	102	△190	+292	—
当期純利益	71	△342	+413	—
1株当たり当期純利益	20.41	△98.80	—	—

営業力の強化

マーケティング専門部署を新設し、
既存顧客のマーケティングを支援する体制を構築



当社のコアコンピタンスである

「EC通販企業様の売上を伸ばす」

**「商品を購入したお客様がリピート
したくなるサービスの提供」**

をさらに強化するとともに、
売上・出荷量拡大を目指します

売上UP!!
リピート率UP!!

FC運営の強化

- FCごとの特徴を生かす
- リーダーの経営力を上げる

Vプランの継続

高付加価値サービス



生産性向上

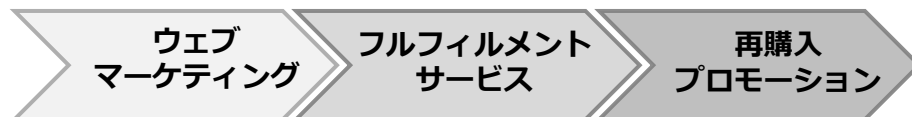


賃借率向上



▶ バリューチェーン展開

- ✓ 既存顧客のマーケティングを支援する体制を構築
- ✓ フルフィルメントの前工程のWEBマーケティングと、後工程の再購入プロモーションをカバーしたサービスを開始



▶ 対象顧客・エリアの拡大

- ✓ D2Cなどを目指すメーカー向けへのサービスを拡充し、新規顧客を獲得
- ✓ ECの成長が著しいASEAN地域など海外に、提携した投資先と拠点を作り、日本企業の進出をサポート

▶ FCの開設と進化

- ✓ FCごとの特徴を活かし、高効率運営を実現
- ✓ 自動化の推進、保管効率の向上

顧客ニーズに応える
3つの軸を強化し、
増収増益を目指す



3. APPENDIX (参考資料)

会社名	株式会社イー・ロジット
設立	2000年2月14日
代表者	代表取締役社長 角井 亮一
従業員数	187名（平均臨時雇用者：794名）※2022年3月31日現在
資本金	522,536,000円 ※2022年3月31日現在
本社所在地	東京都千代田区神田練塀町68番地 ムラタヤビル5階
事業内容	インターネット通販事業者の物流代行及び 物流業務コンサルティング
証券取引所	東京証券取引所スタンダード（証券コード：9327）
認証取得	ISO27001【ISMS】情報セキュリティマネジメントシステム プライバシーマーク（Pマーク）

代表取締役社長

角井 亮一



略 歴

- 1991年3月 上智大学経済学部経済学科卒業
- 1993年6月 ゴールデンゲート大学大学院修了
(MBAマーケティング専攻)
- 1994年4月 (株)船井総合研究所入社
- 1998年3月 光輝物流(株)入社
- 2000年2月 当社設立、代表取締役社長 (現任)
- 2005年9月 日本物流学会理事 (現任)



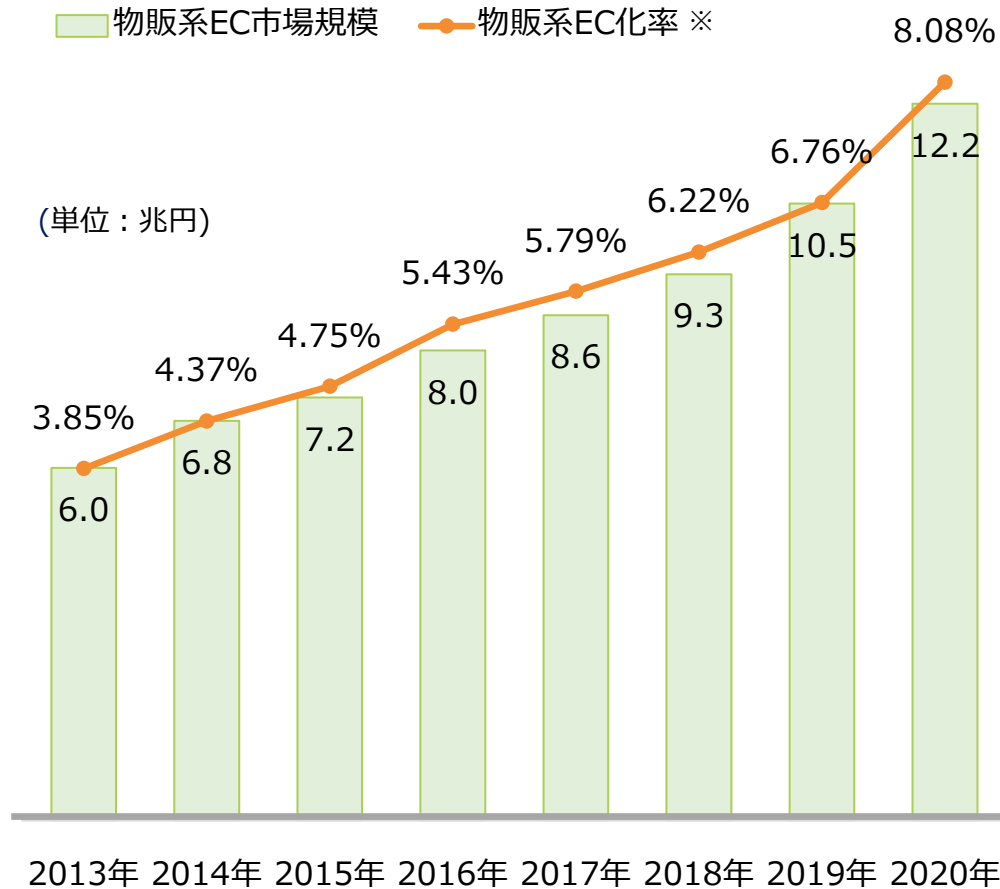
＼物流に関する著書出版(日米中韓台越で35冊)や雑誌記事等の執筆監修も多数行っています／



<p>テレビ朝日 『スーパーJチャンネル』</p>	<p>通販業界"戦国時代"倉庫のヒミツを徹底取材！・・・頼んだ商品がすぐ来るワケ。</p>
<p>テレビ朝日 『発進！ミライクリエイター』</p>	<p>アマゾン配送の舞台裏や世界の物流、最先端技術を徹底解剖！ 世界の物流の現場を変えた?!「ミライクリエイター」登場！</p> <p>https://www.e-logit.com/pub/20220413a.html</p>
<p>日経MJ</p>	<p>ECの味方は倉庫が違う 在庫シェアや商品撮影・個別包装 スモールブランド支援</p> <p>https://www.e-logit.com/pub/20220105a.html</p>
<p>金融・経済ウェブメディア 『ZUU online』</p>	<p>EC物流における波動対応とマスカスタマイゼーションを武器に、オムニチャンネル化への対応を進める</p> <p>https://www.e-logit.com/pub/202110201.html</p>
<p>YouTubeチャンネル 『ECの未来』</p>	<p>① ネットショップの物流！EC・B2C特化型の3PLに預けるメリットとは？</p> <p>② ネットショップの物流！顧客ロイヤルティを高めるお届け時の感動体験とは？</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>①</p>  <p>https://www.e-logit.com/pub/20211223a.html</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>②</p>  <p>https://www.e-logit.com/pub/20211229a.html</p> </div> </div>

そのほかのメディア掲載情報は当社HP（ <https://www.e-logit.com/pub/> ）よりご覧ください

日本のBtoC-EC市場における物販系分野の規模の推移



- ◆ 国内のBtoC-EC市場における物販系分野は、2020年の市場規模は12兆2,333億円と2019年(10兆515億円)から21.7%増となり、直近5年間の平均伸び率(8.6%)より急拡大しています。
- ◆ コロナ禍を契機とした消費行動の変容、キャッシュレス決済の普及・拡大、メーカーが自社商材をECサイト上で消費者に直接販売するD2C(Direct to Consumer)の広がりなどにより、EC市場の拡大スピードはさらに加速することが予想されています。

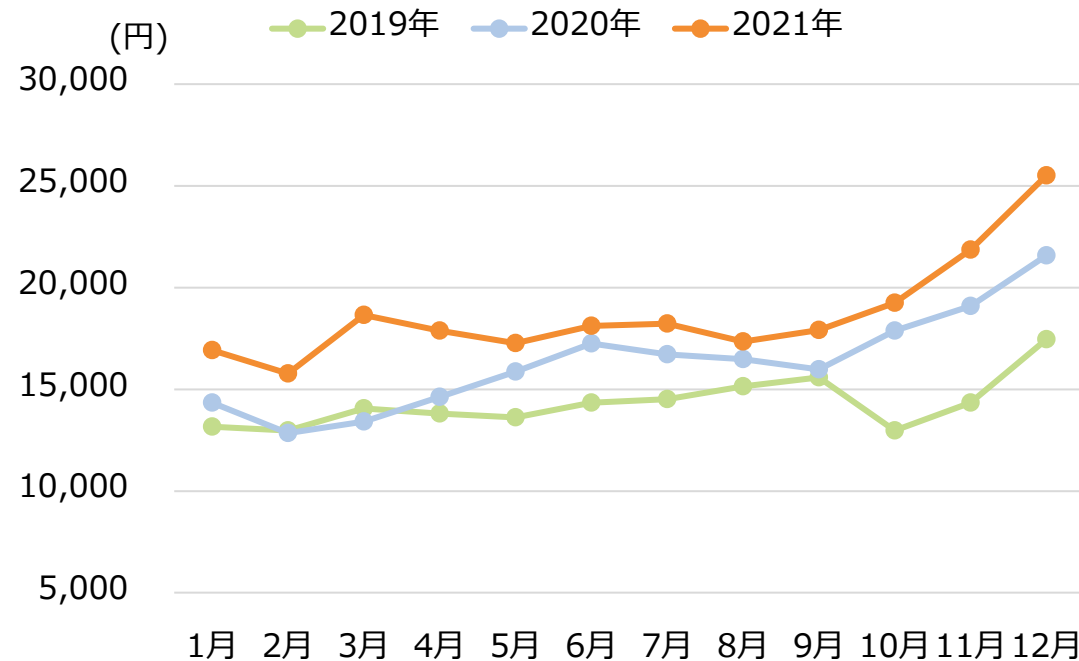
※EC化率とは、商取引市場規模に対する、電子商取引市場規模の割合を指します。

(出典：経済産業省「我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」を基に当社作成)

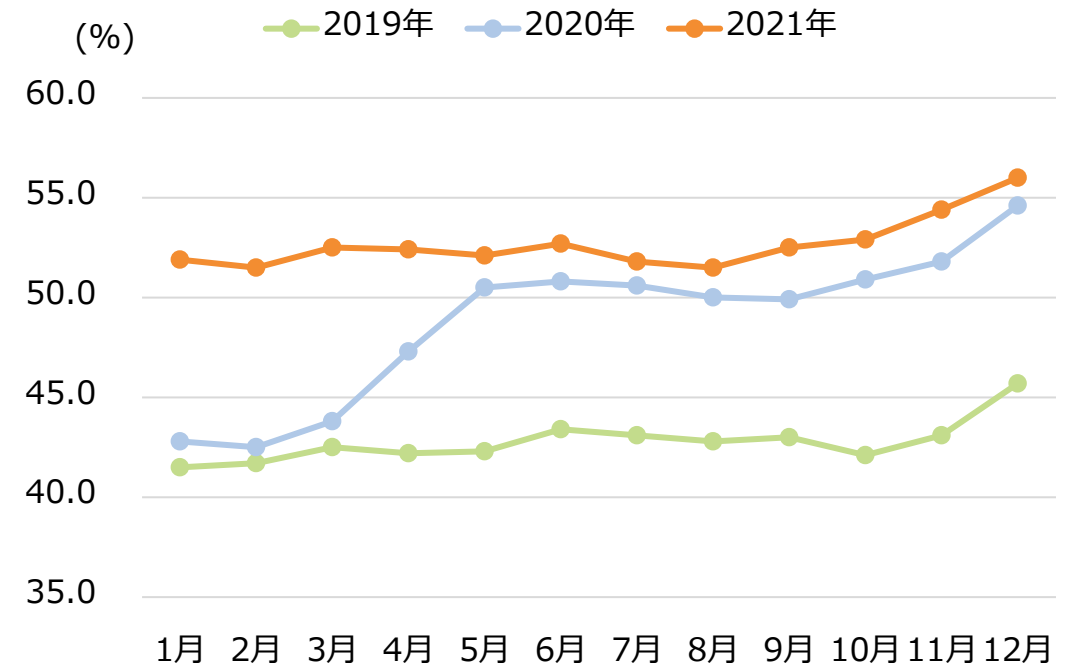
ネットショッピングの利用が大きく伸びる

緊急事態宣言解除後も50%超の水準で推移しており、一過性の消費行動ではないことが見て取れる

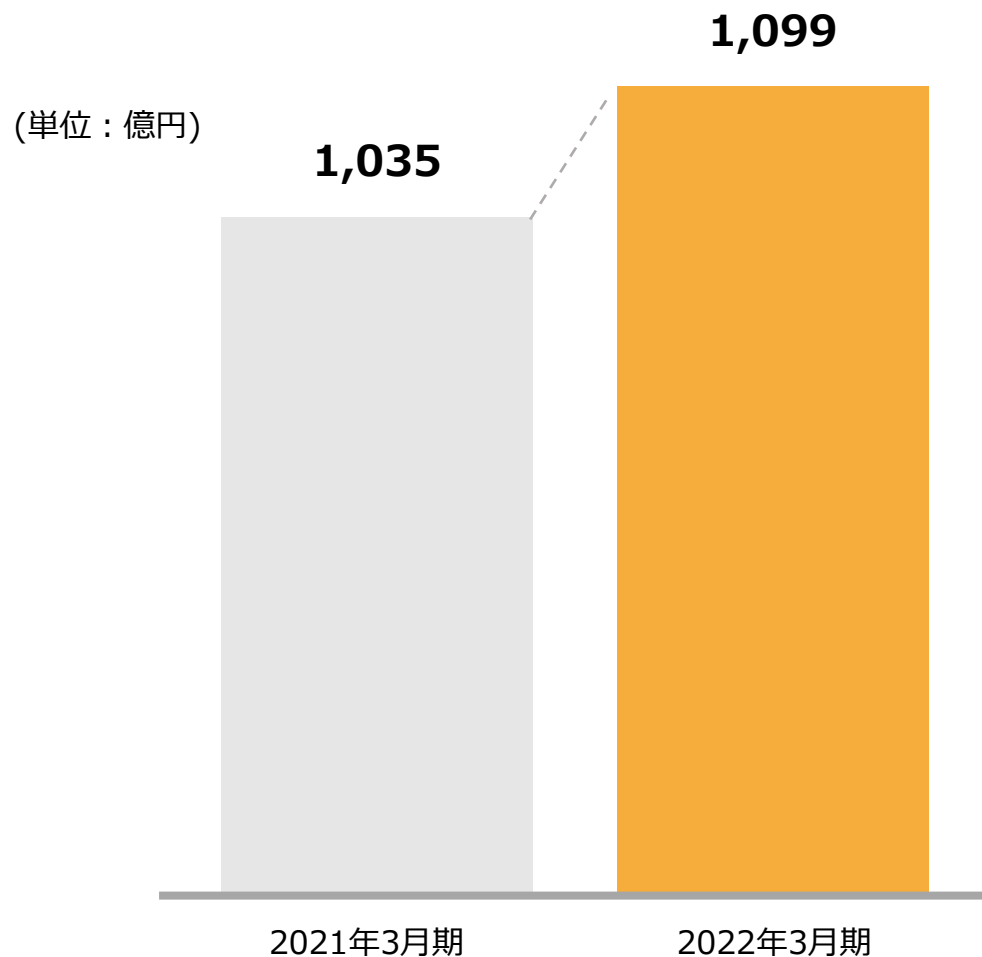
■ ネットショッピング支出額の推移 (2019~2021年)



■ ネットショッピング利用世帯割合の推移 (2019~2021年)



(出典：総務省「家計消費状況調査」を基に当社作成)



当社は『**変化を先取りし、人々の感動体験を進化させ続ける**』をビジョンとし、商品の配送先である消費者様に“感動体験”をお届けする物流サービスを提供しています。そのため、流通総額も参考指標としています。

前年同期比
6.2%増



当社フルフィルメントサービスにより出荷し、消費者様が購入した商品の売上の合計額（当社調べ）

【免責事項】

本資料に記載された内容は、本資料作成時点において、一般的に認識されている経済・社会等の情勢並びに当社が合理的と判断した情報に基づいて作成しておりますが、経営環境の変化等の事由により、本資料の記載と異なるリスクや不確実性がありますことを、あらかじめご承知おきください。

【IRに関するお問い合わせ先】

株式会社イー・ロジット

経営企画室 E-mail : ir@e-logit.com

IRサイト <https://www.e-logit.com/ir/>

※お電話でのお問合せにつきましては、お問合せに対するご回答内容に差異や語弊のない適切な対応を行うため、お断りさせていただいておりますので、ご理解ご協力の程お願い申し上げます。