

ロジガード株式会社

事業計画及び成長可能性に関する資料



目次

01	会社概要	P3 - P6
02	ビジネスモデル	P7 - P23
03	市場環境	P24 - P27
04	競争力の源泉	P28 - P30
05	事業計画	P31 - P46
06	リスク情報	P47 - P49

01 会社概要

会社概要

会社名	ロジガード株式会社 (英語表記：Logizard Co.,Ltd.)
所在地	東京都中央区日本橋人形町三丁目3番6号
代表者	代表取締役社長 金澤 茂則
設立	2001年7月16日
事業内容	クラウドサービス事業 情報システムの開発及び販売 物流業務・小売業務コンサルティング
資本金	301百万円※
従業員数	115名※
認証	 プライバシーマーク登録番号 第21004458号   ICMS-SR0338 / JIS Q 27001   Cloud-SR0338 / JIP-ISMS517 ※日本国内のみ ※日本国内（システム統括部）のみ
URL	https://www.logizard.co.jp/



代表取締役社長
金澤 茂則

東証グロース
証券コード 4391

※2023年6月30日現在

社名の由来

ロジ **Logistics** (物流) + ザード **Wizard** (魔法使い)

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ます。

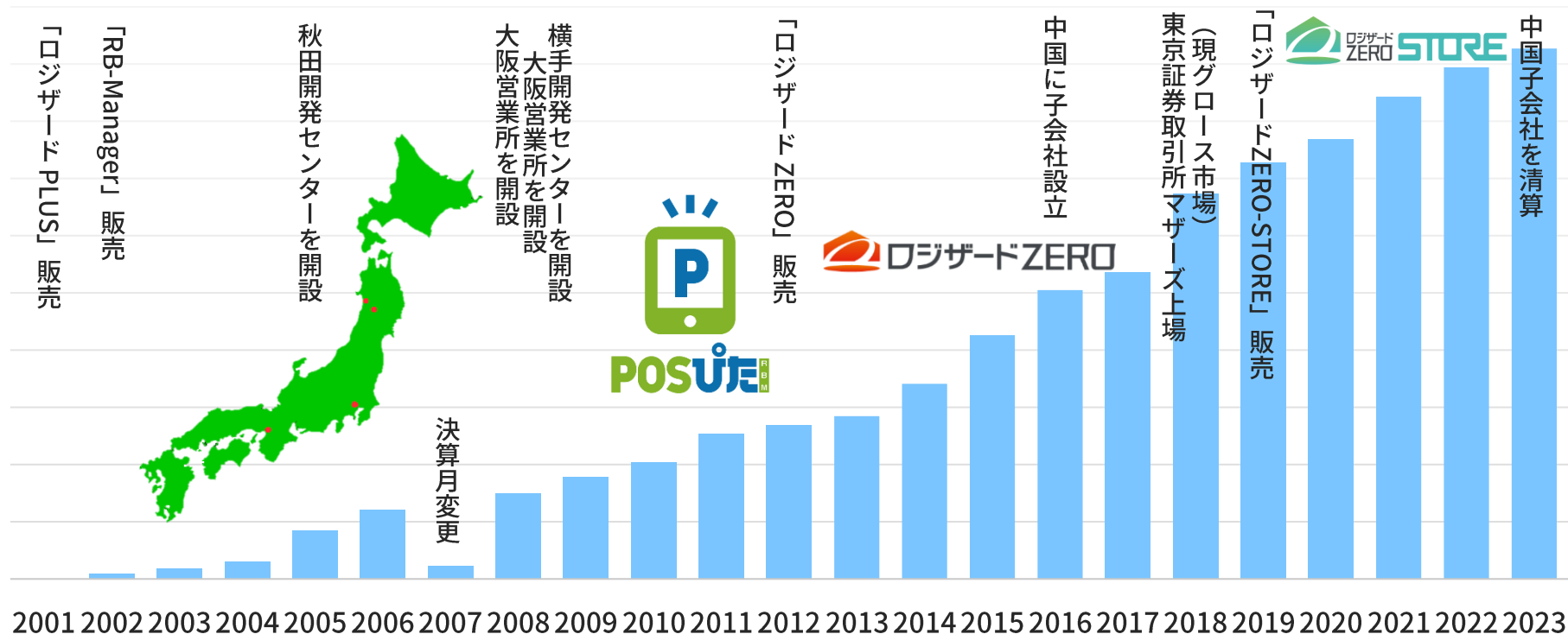
社訓

出荷絶対

お客様の出荷は絶対である。お客様、ましてや荷物を待つ人に迷惑をかけることがあってはならない。

当社の軌跡

※グラフは各年度の売上高 2015年度までは単体、2016年度～2022年度は連結、2023年度は単体



主な荷主ターゲット

卸・店舗向け
(BtoB)

EC通販企業 (BtoC)

アカウント (荷主) 獲得チャネル

荷主企業の直接獲得 (BtoB,BtoC)

倉庫・3PL企業
経由の荷主獲得

海外の
倉庫・3PL企業

02 ビジネスモデル



ロジガードZERO クラウドWMS（倉庫在庫管理システム）

倉庫の入荷から出荷、在庫管理の一連の業務を支援。マルチOS・マルチブラウザ対応。

無線ハンディターミナルを使ってバーコード管理することにより検品の精度を保ち、リアルタイムで在庫状況や入出荷状況を確認できる。

<https://www.logizard-zero.com/>



ロジガードZERO STORE クラウド店舗在庫管理システム

複数店舗の在庫一元管理が可能。各店の売上・在庫数・販売状況を見比べ、店舗間移動や物流倉庫からの在庫補充をスムーズに行える。iPhoneやiPad、バーコードスキャナを用いて売上登録も行える。

<https://www.logizard-zero.com/store/>



ロジガードOCE オムニチャネルエンジン

クラウドオムニチャネル支援ツール

リアルタイムな在庫一元化が可能。
最適な引当アルゴリズムを構築し、購入チャネルと受け渡し方法に応じた最適な物流をシステムで支援します。API対応を前提とした基盤を実装し、既存の多様なシステムと連携可能です。

<https://www.logizard-zero.com/oc/>



「物流・在庫」にフォーカスしたクラウドサービスを展開

クラウドサービスの内容

倉庫在庫管理システム 	
対象顧客	小売業（店舗及びEC通販）、流通業、3PL企業
主要機能	入出荷作業、棚卸支援機能
店舗在庫管理システム 	
対象顧客	実店舗を保有するメーカー、流通業
主要機能	入出荷作業、棚卸支援機能、販売登録機能
OMO支援システム 	
対象顧客	複数店舗を保有する小売業、流通業
主要機能	販売在庫情報提供機能、商品引当機能、出荷指示機能



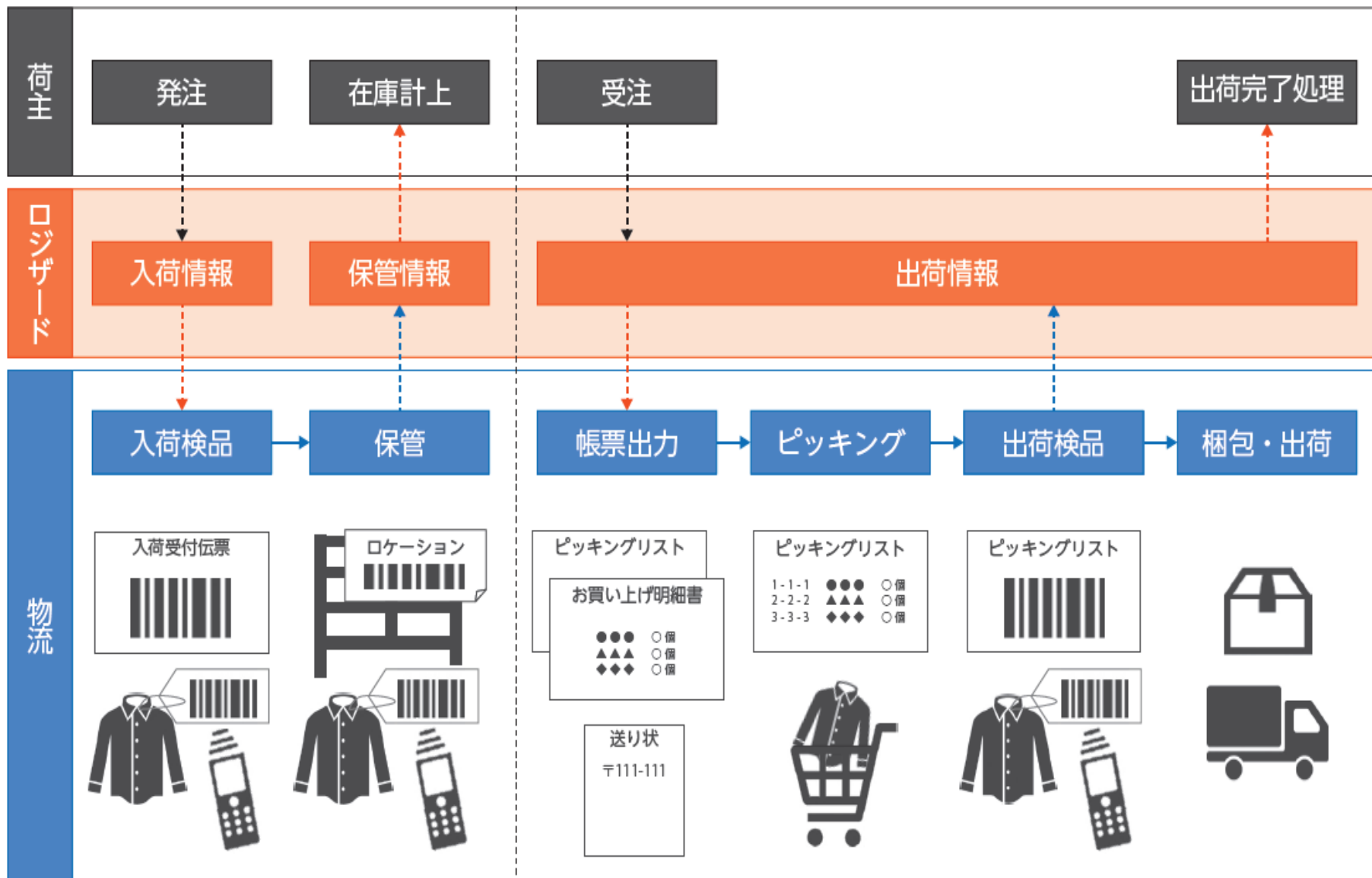
当社のクラウドサービスについて



※OMO...Online Merges with Offlineの略

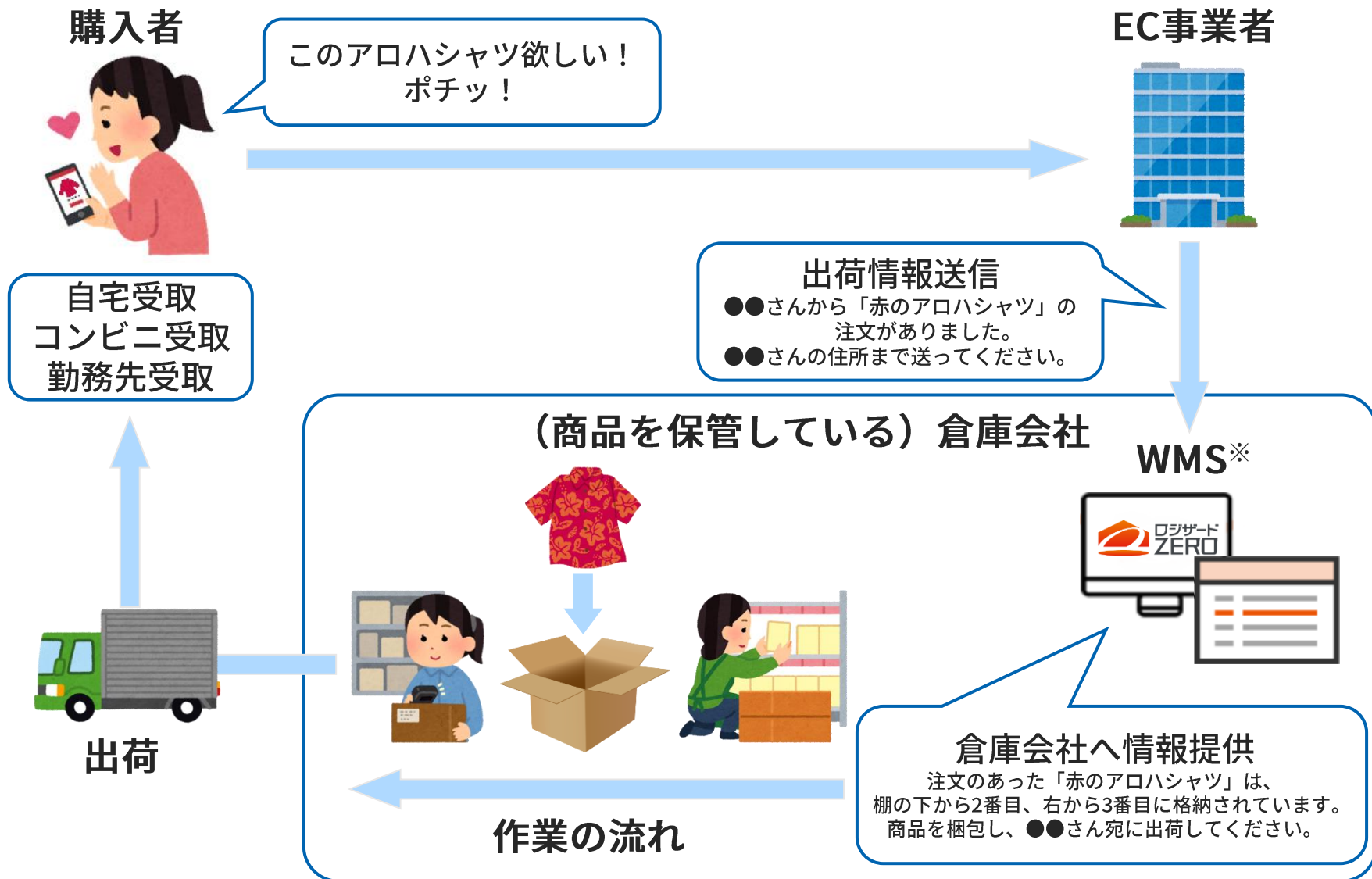
倉庫在庫管理システム「ロジガードZERO」

事業の内容



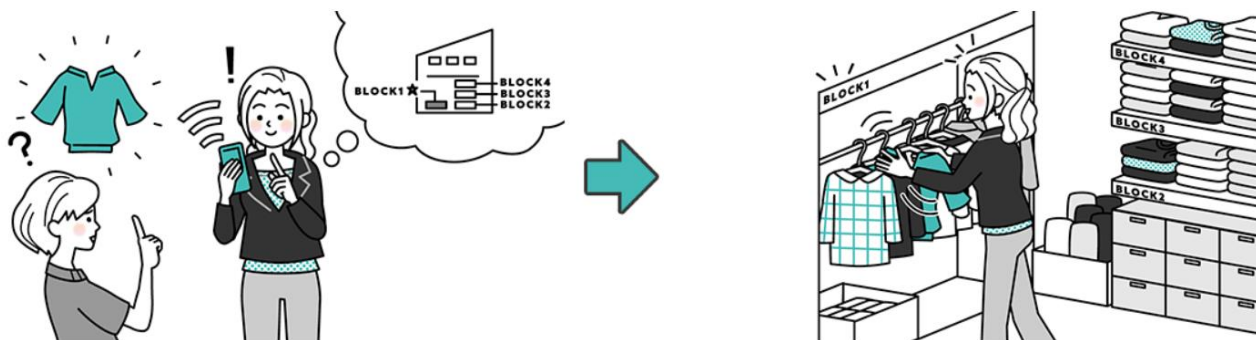
「ロジガードZERO」の利用例

事業の内容



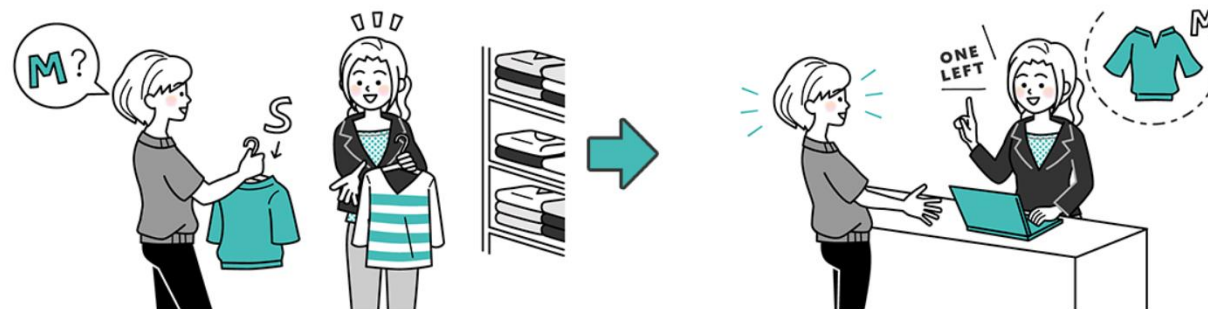
お客様を待たせない！
店舗内のどこに商品があるのか、すぐに分かる

店舗スタッフの方は、お客様をお待たせせずに在庫確認ができます。

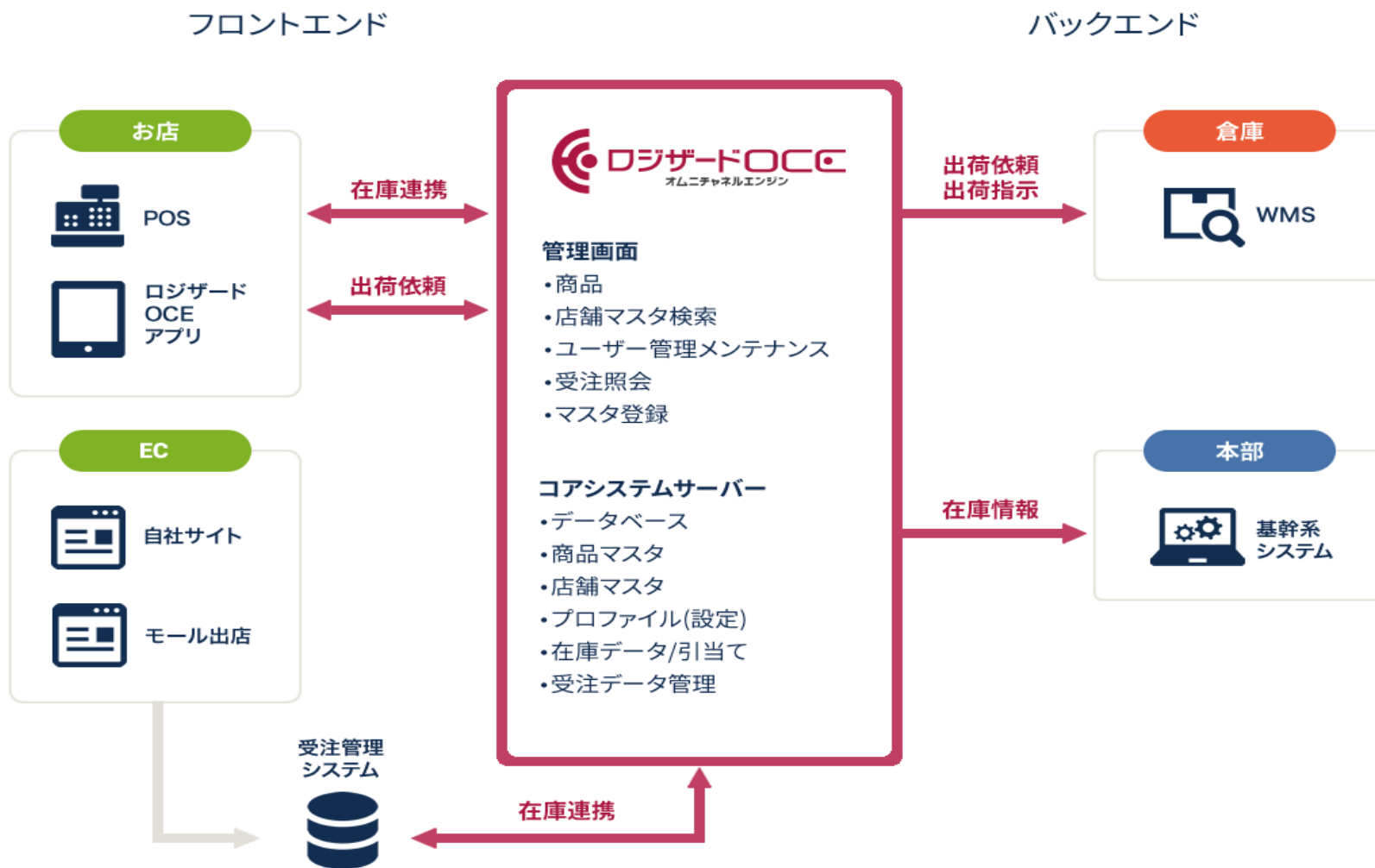


在庫が倉庫にあるのか、他店舗にあるのかすぐに確認できる

ロジガードZEROと連携させることで、「取り寄せ」「他店舗へのご案内」に加えて倉庫にあるEC用在庫と一元管理により「ECで購入」のご提案もできます。

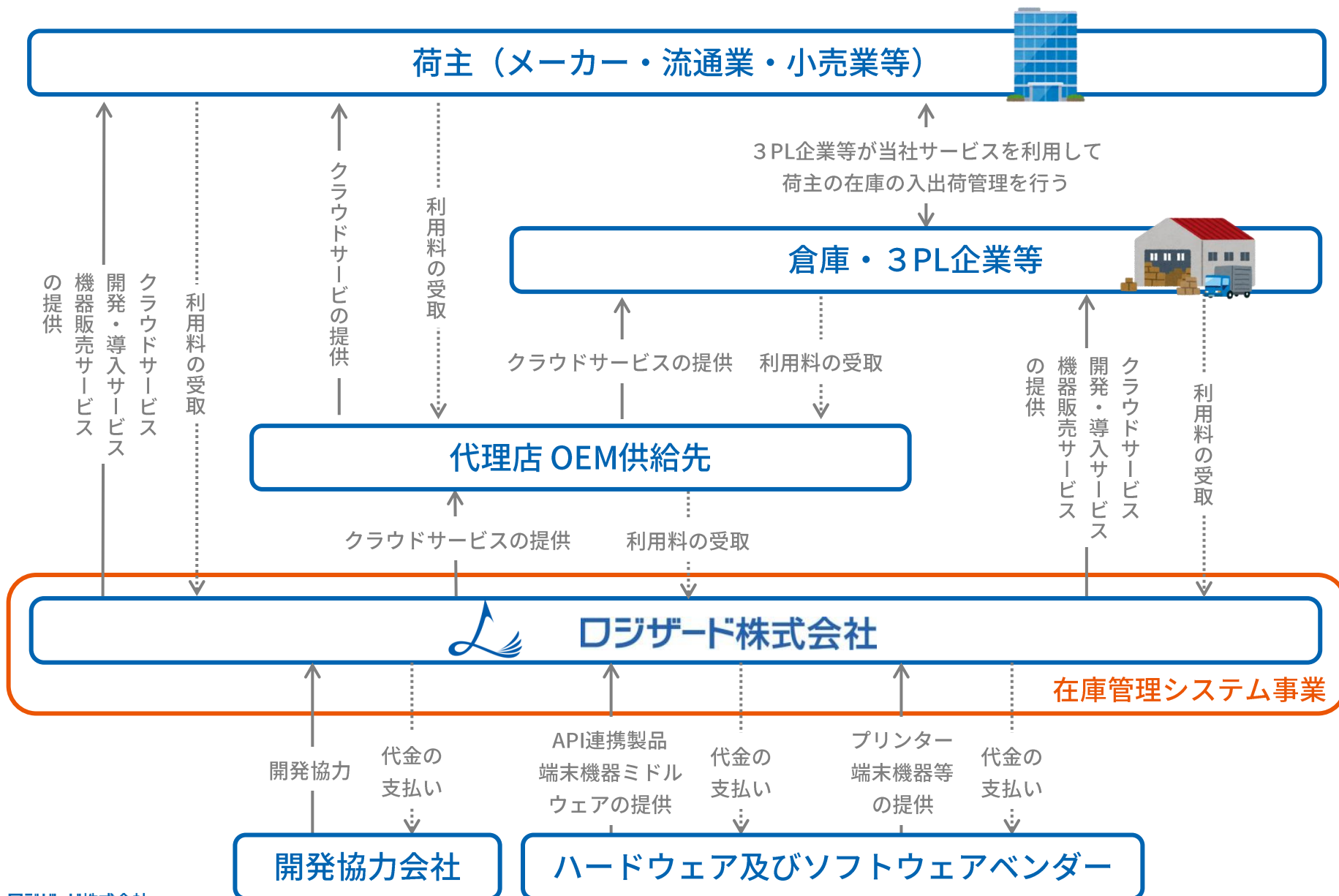


- ▶ スマホ等でバックヤード在庫照会を可能とし、販売員が接客に専念できる環境を提供します。
- ▶ リアルタイムで在庫管理ができるため、在庫補充がスムーズになり、販売機会ロスを低減します。
- ▶ ロジガードZEROと連携することで、店舗販売とネットショップとを連携させることができます。



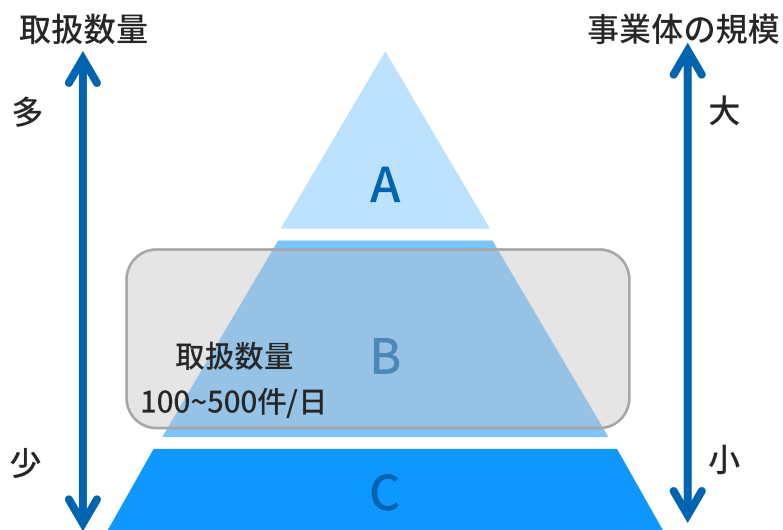
キャッシュフロー獲得の流れ

収益構造



取扱数量や事業体の規模による製品ニーズを分析
 ロジガードの特徴を活かしたソリューションを提供

EC企業・3PL企業のターゲット規模



各層のニーズ

	システムのニーズ	開発ニーズ (コスト、期間)	費用
A	◎	○	○
B	○	×	○
C	△	×	×

契約の種類

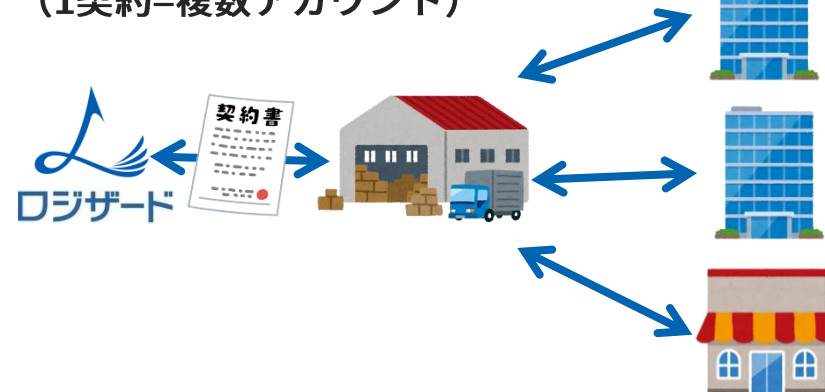
荷主企業との直契約

(1契約=1アカウント)



倉庫・3PL企業経由の契約

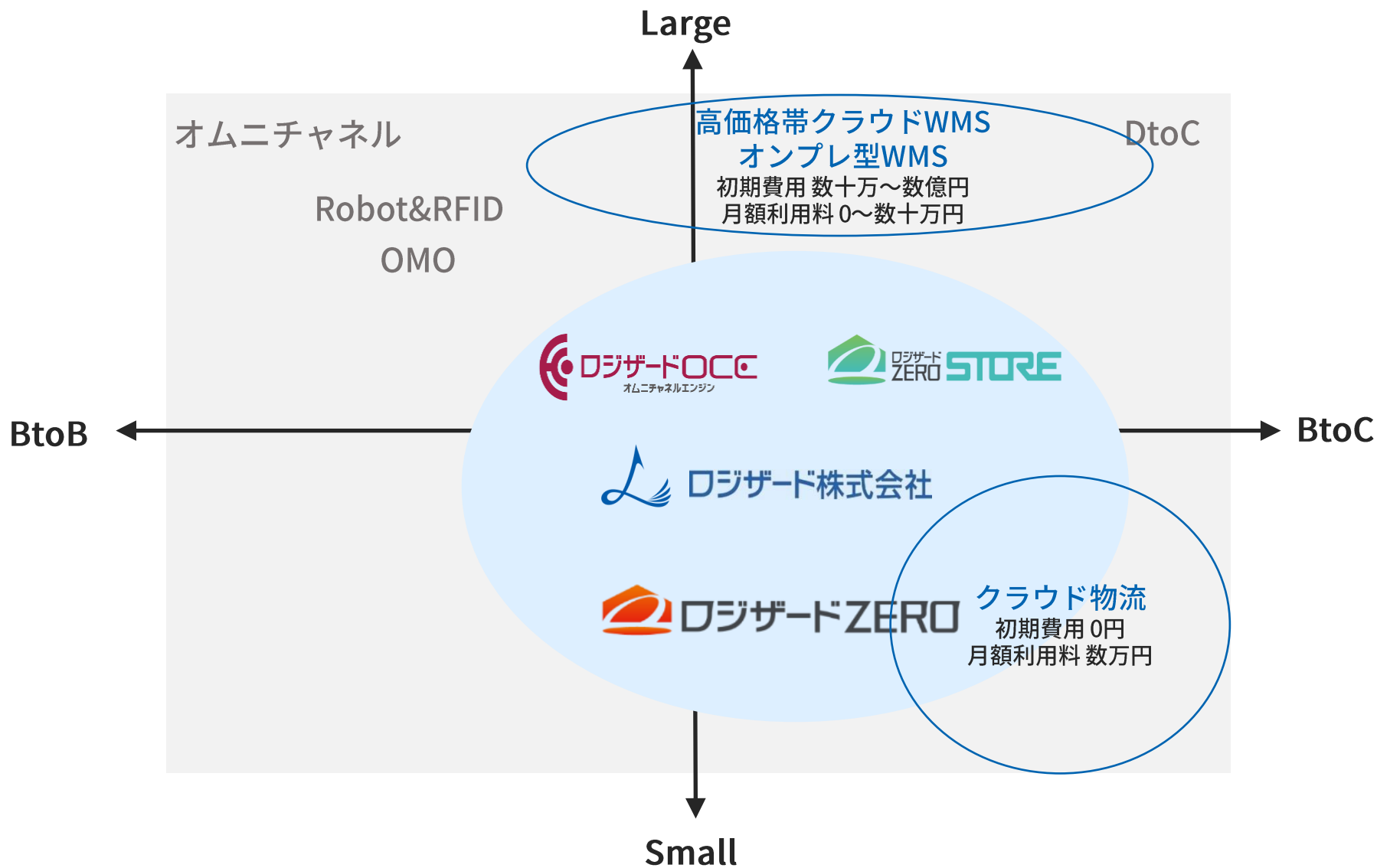
(1契約=複数アカウント)



弊社のターゲットとポジショニング

事業の内容

競合環境



売上構造

クラウドサービス売上 (全体売上の78.9%)

弊社システムサービスの提供
システムで利用する機器端末のレンタル
サポートの提供



月額利用料⇒サブスクリプションモデル

開発・導入サービス売上 (全体売上の17.1%)

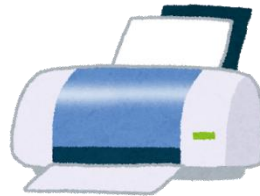
お客様からの要望に基づく
カスタマイズ
クラウドサービスの導入支援



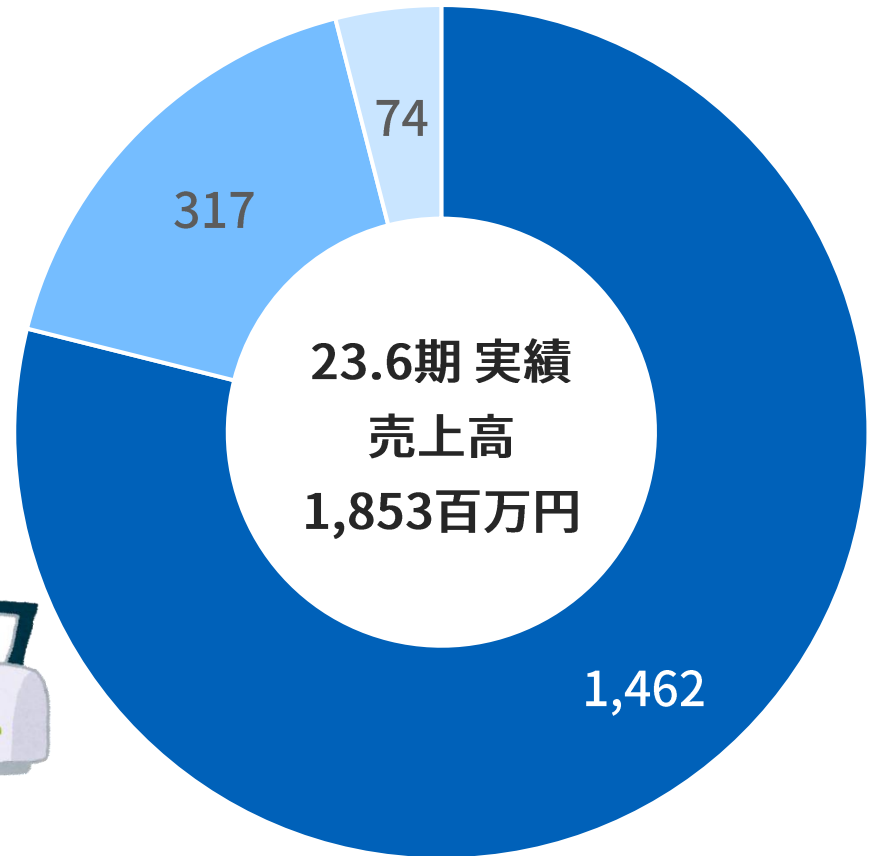
スポットでの売上

機器販売サービス売上 (全体売上の4.0%)

クラウドサービスでお客様が利用する
機器やサプライ品（ラベルやラベルプリンター等）の販売



(単位：百万円)



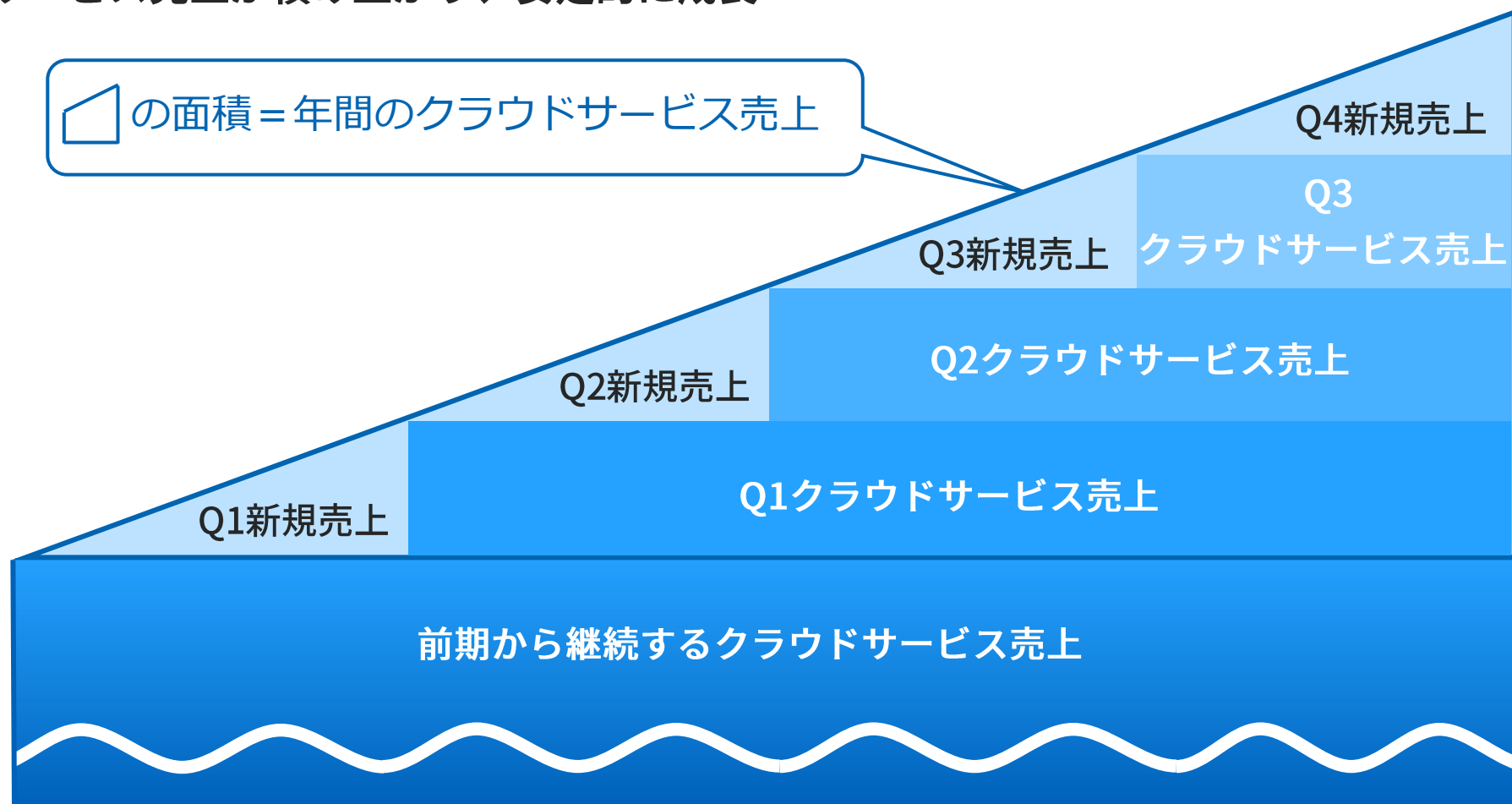
安定的な収益モデル

事業の内容

競争優位性

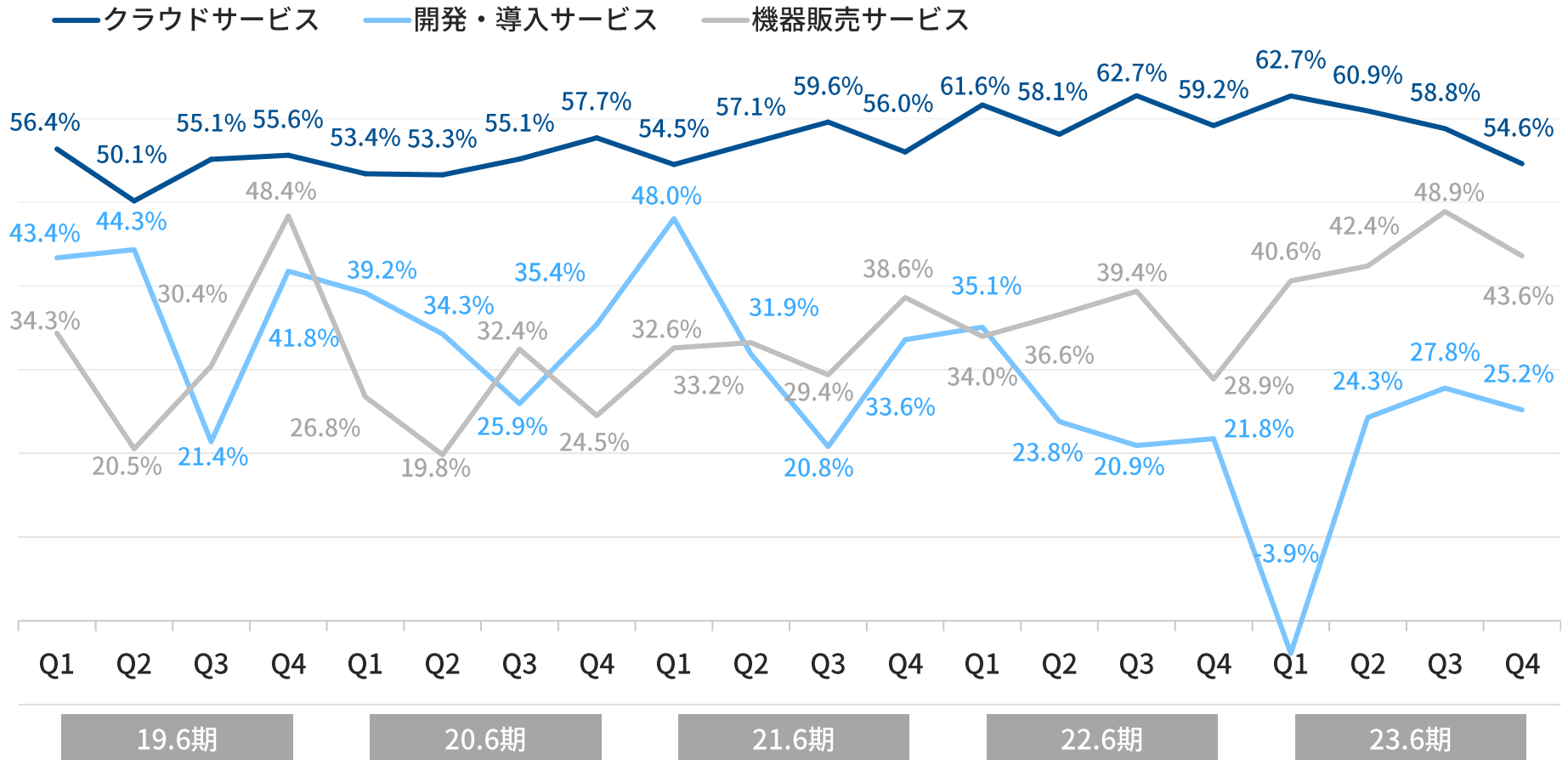
サブスクリプションモデル

既存アカウントのクラウドサービス売上に新規アカウントのクラウドサービス売上が積み上がり、安定的に成長



サービス別粗利率の推移

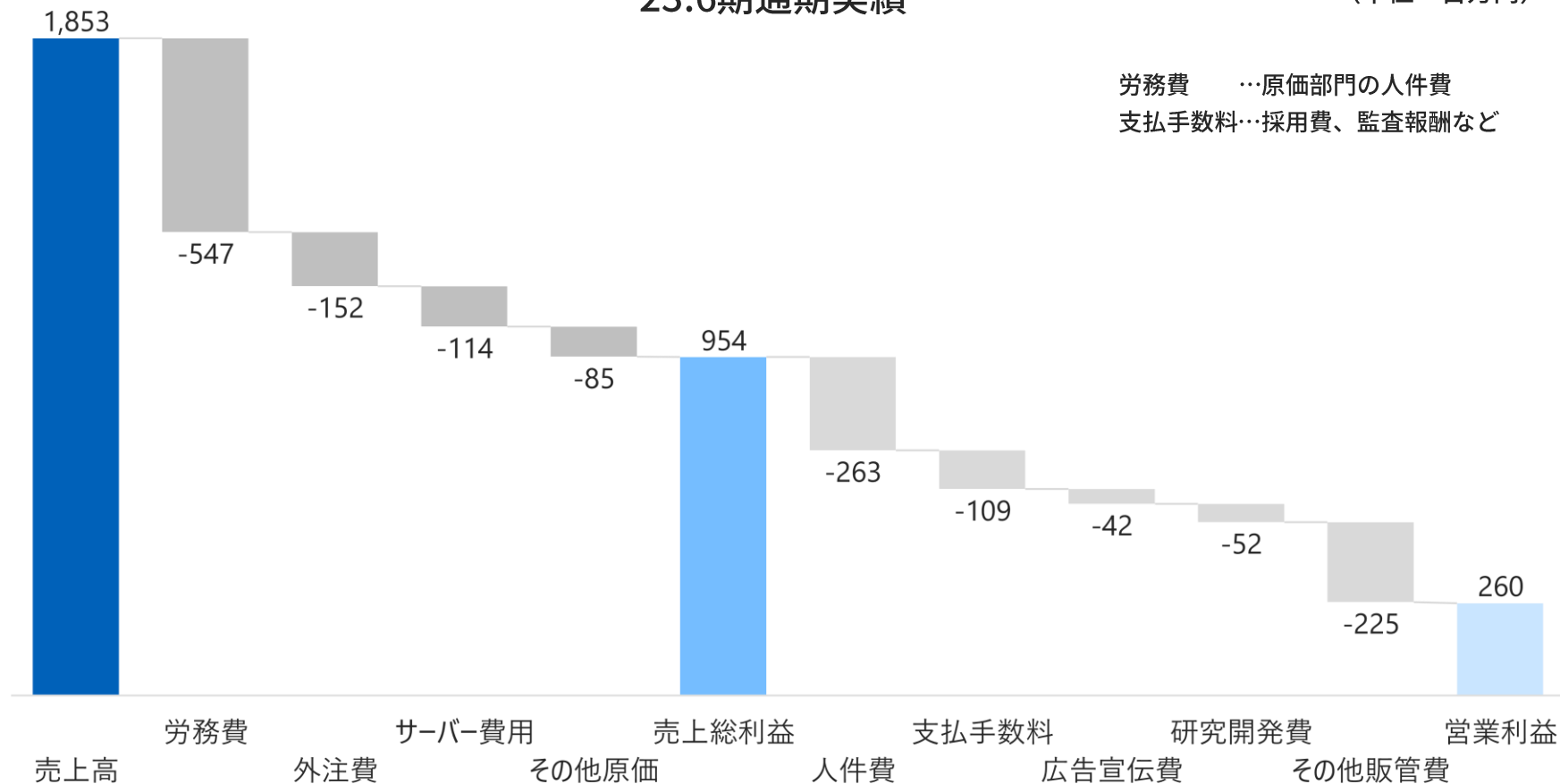
アカウント拡大に伴う原価逡減効果が見込める「クラウドサービス」を積極的に成長させていく
 (新規採用者をOJTで投入しているため、足元では粗利率低下)



売上原価・販管費ともに、固定費が中心のコスト構造
 施策に伴い、人員採用・広告宣伝・研究開発には積極的に投資

23.6期通期実績

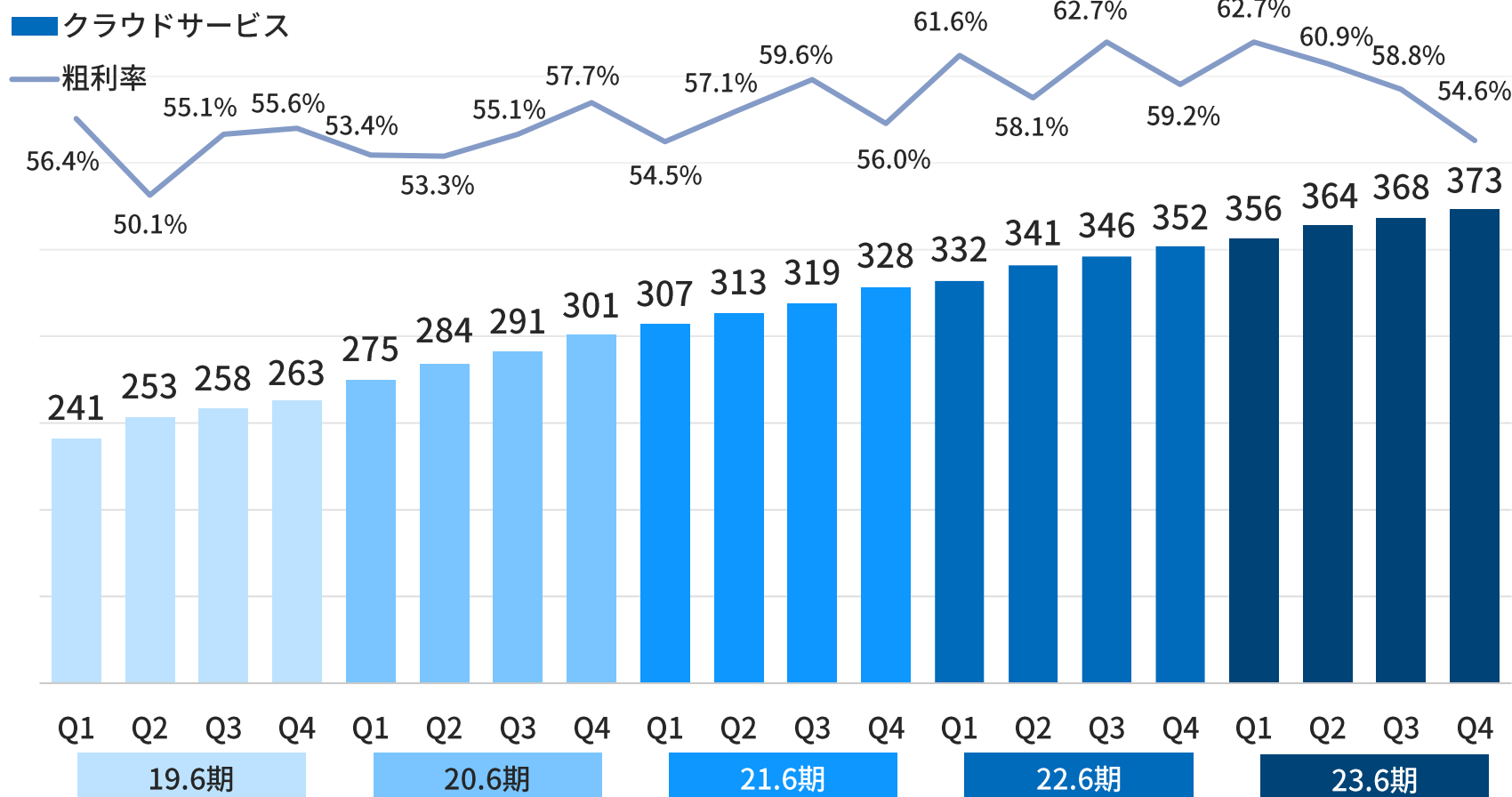
(単位：百万円)



クラウドサービス売上高推移

月額利用料の積み上げは順調。
人材獲得による人件費増加およびOJT投入により、粗利率は前年同期比
4.6パーセンテージポイント低下。

(単位：百万円、%)

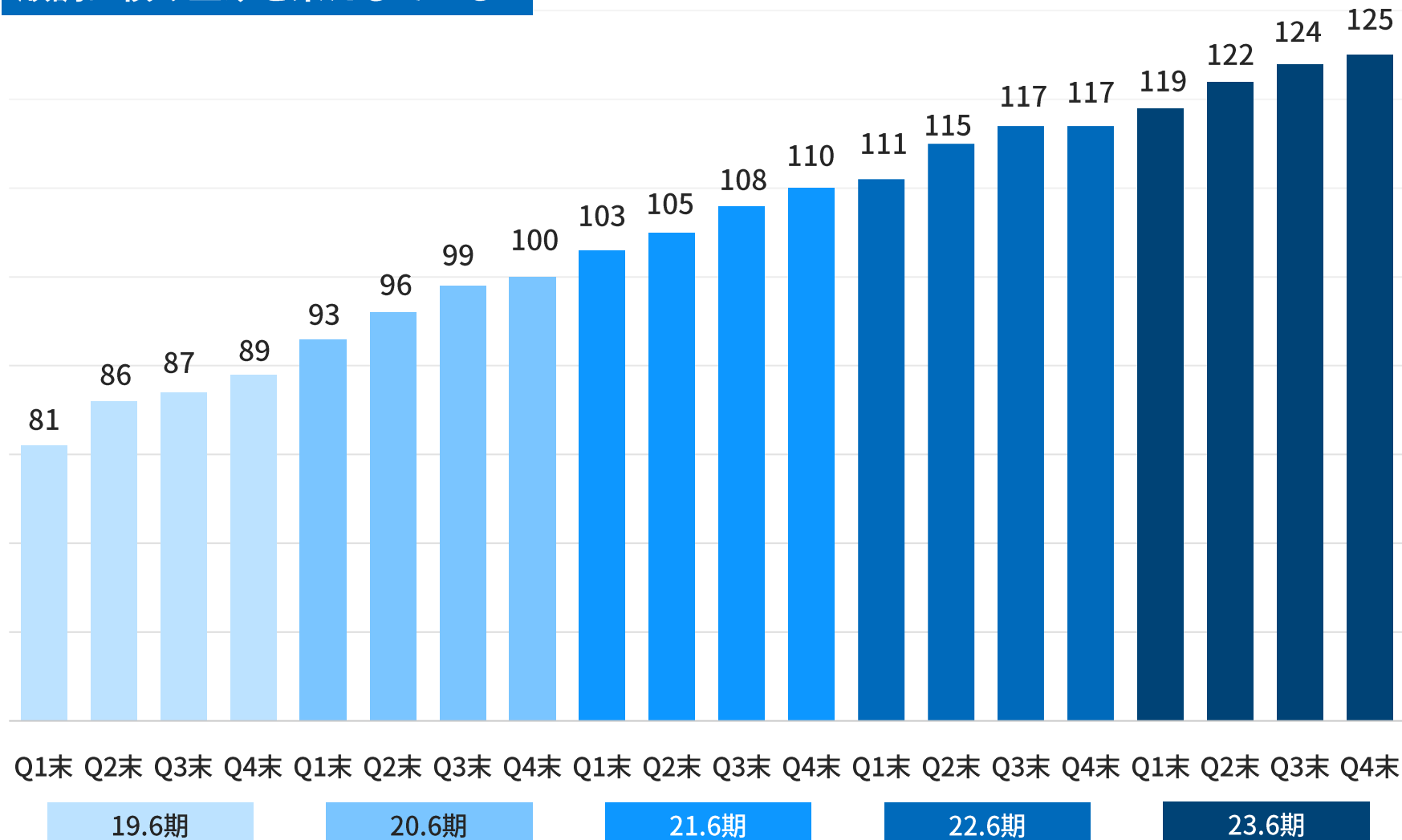


MRR※の推移

経営指標

(単位：百万円)

順調に積み上げを果たしている



※MRR…Monthly Recurring Revenueの略で毎月継続的に得られる収入のこと

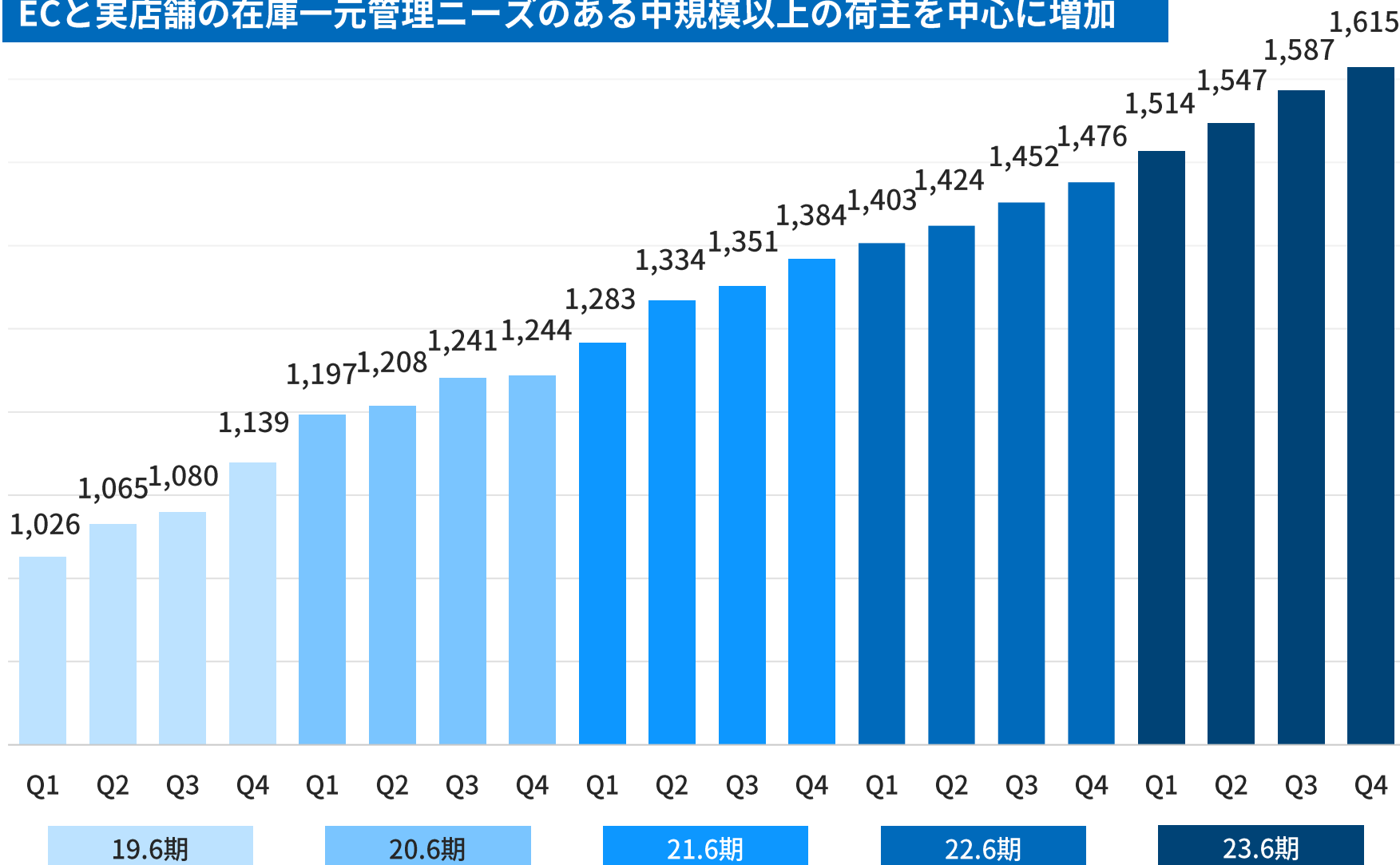
19.6期～23.6期Q2までは連結、23.6期Q3から非連結決算に移行したため、単体での表示

アカウント数の推移

経営指標

(単位：件)

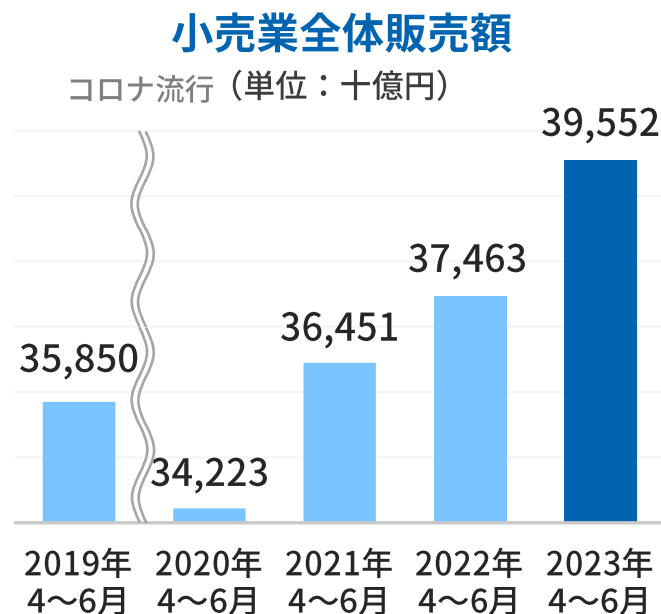
ECと実店舗の在庫一元管理ニーズのある中規模以上の荷主を中心に増加



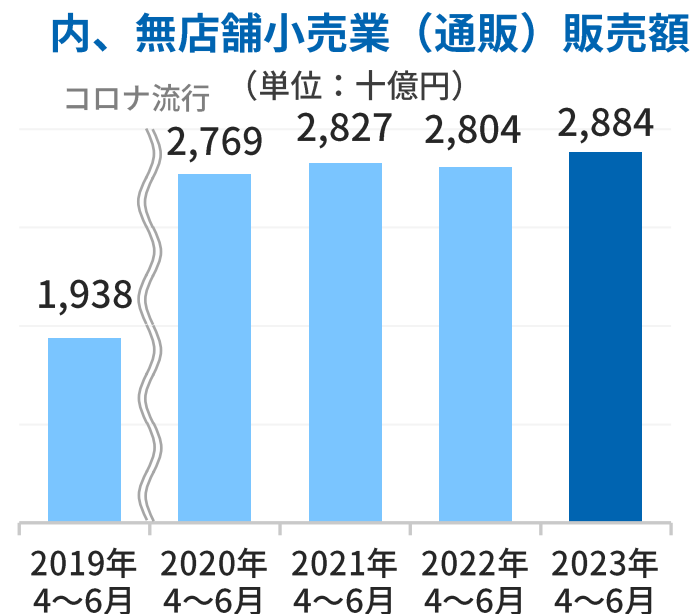
03 市場環境

- ▶ 国内経済：新型コロナウイルスによるストレスフルな生活から脱却していく過程にあり、消費需要はコロナ禍で控えられた外出型消費が復調。
- ▶ 世界情勢：資源や食料品の物価上昇と、インフレ対策での金融引き締めに伴った金融機能の不安定化など、先行きは依然不透明。
- ▶ 小売業全体販売額は前年比増加、コロナ前水準でも増加。店舗販売は顕著に復調しているが、無店舗小売業（通販）販売額は、直近3年間、ほぼ横ばい。

中期的にはこの傾向が続き、徐々にコロナ前のバランスを取り戻すと推測する。



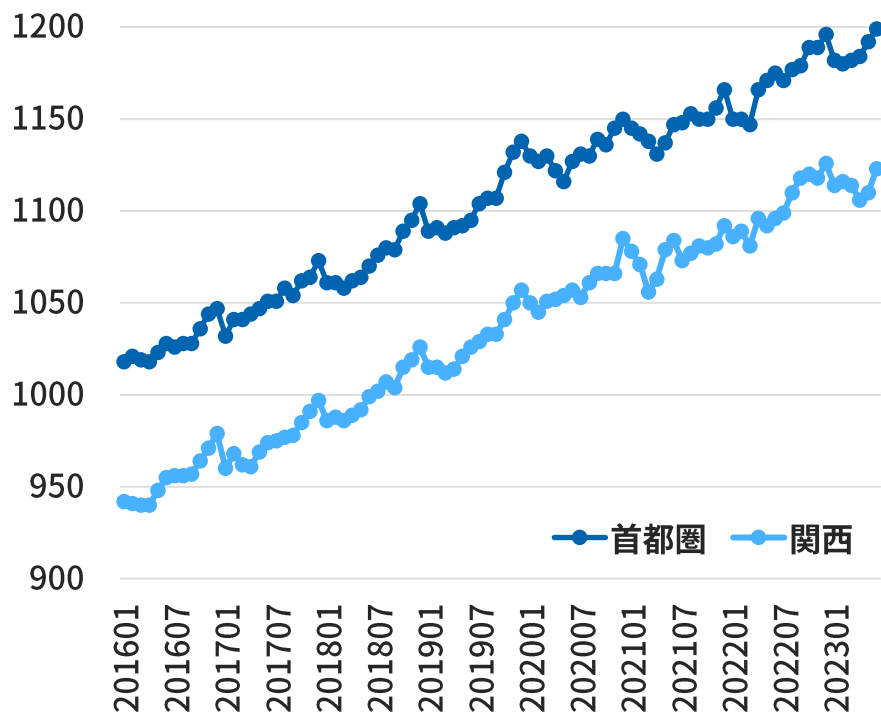
出所：経済産業省HP「商業動態統計 業種別商業販売額」



出所：経済産業省HP「商業動態統計 業種別商業販売額」

2030年には644万人の労働人口不足になると言われている。
自動化・省力化のニーズは必ず増えてくる。

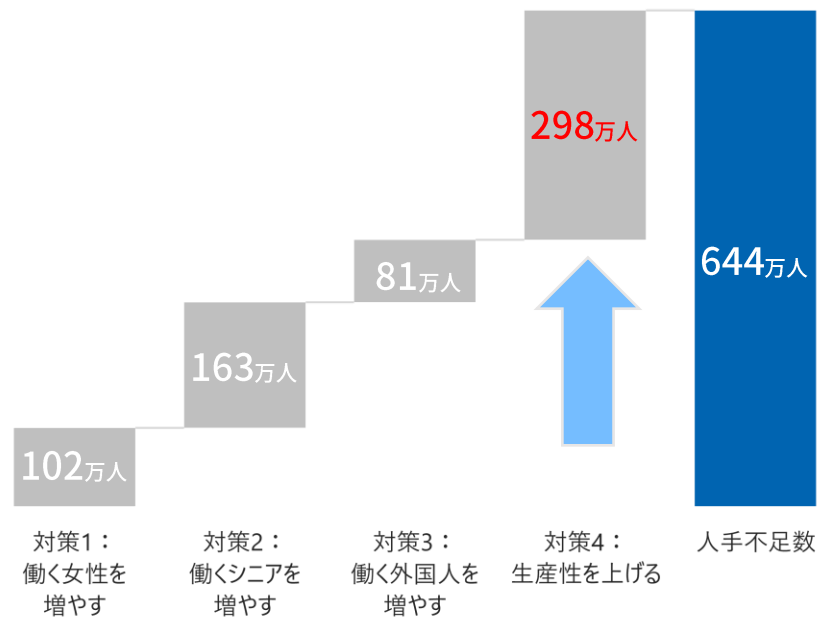
人手不足による賃金コストの上昇



出典：「アルバイト・パート募集時平均時給調査データ」
(株式会社リクルートジョブズ)

人手不足への対策

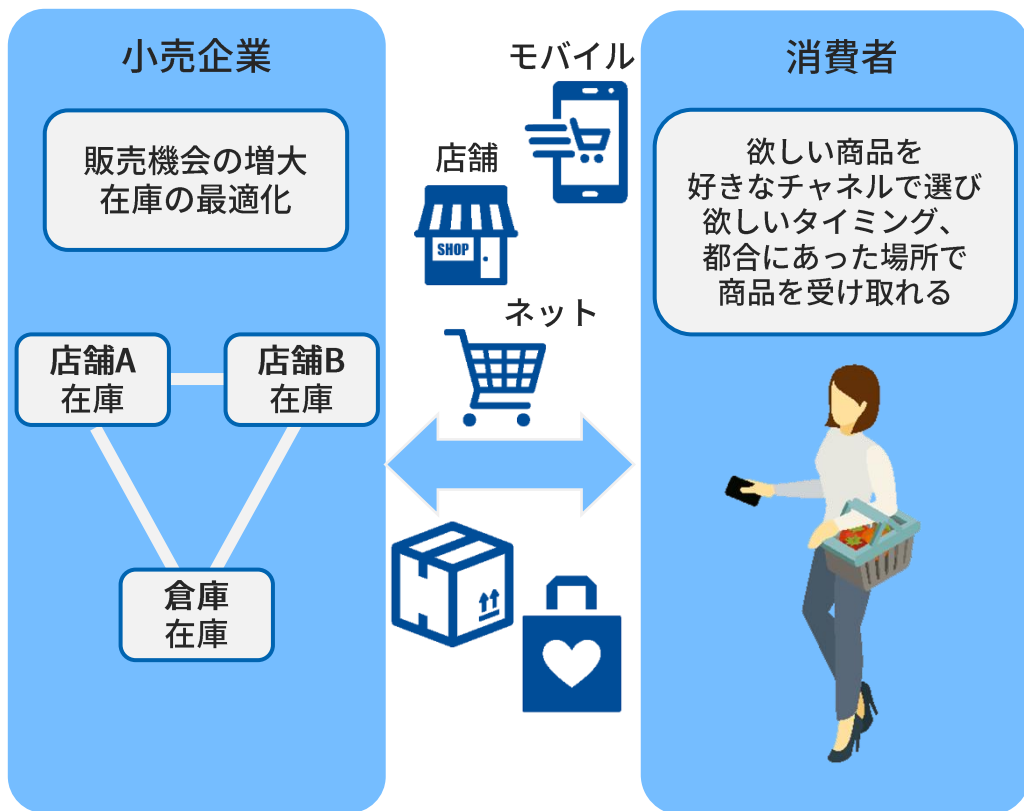
644万人の人手不足をどう埋めるか？



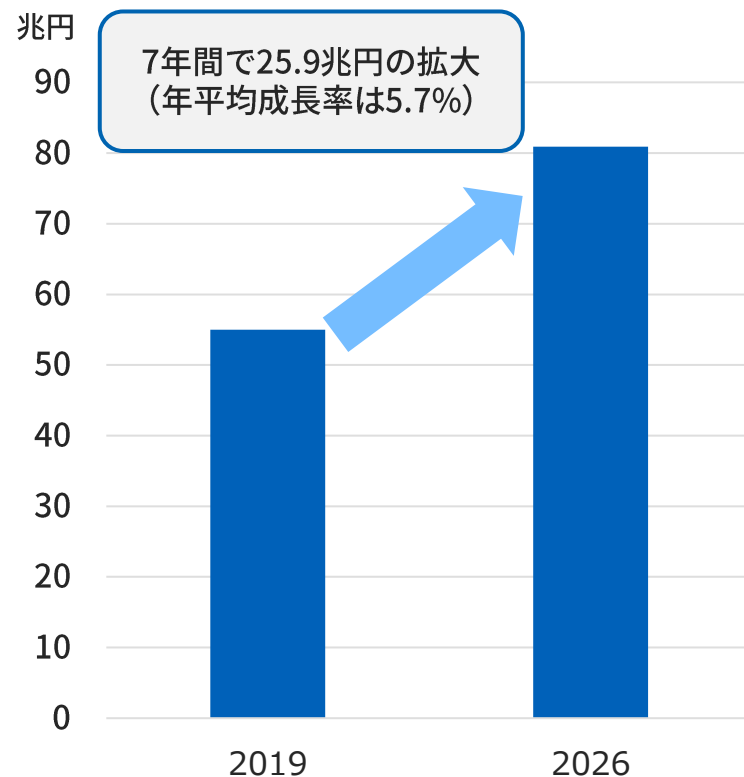
出典：パーソル総合研究所・中央大学「労働市場の未来推計2030」

消費者の多様化するニーズと小売業者の販売機会拡大ニーズにより、OMOシステムの必要性が見込まれる。
OMO市場は年5.7%の成長が続く見込み。

OMO (Online Merges with Offline) とは



OMO市場規模




出典：野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」

04 競争力の源泉

稼働までのスピードを優先し、
確実な稼働を実現
最短1ヶ月で納品

時流ニーズの機能標準化（月額利用料化）
を拡大
カスタマイズ開発は最小限で導入

短納期

 ロジガードZERO

リーズナブル

 ロジガード株式会社

 ロジガード
ZERO STORE

 ロジガードOCC
オムニチャネルエンジン

高サービス

スピード導入へのコンサルティング

365日対応の運用サポートサービス

他社システムと連携して省人化

自動連携実績



RFID等の一括読取が可能な認識技術と連携して省人化

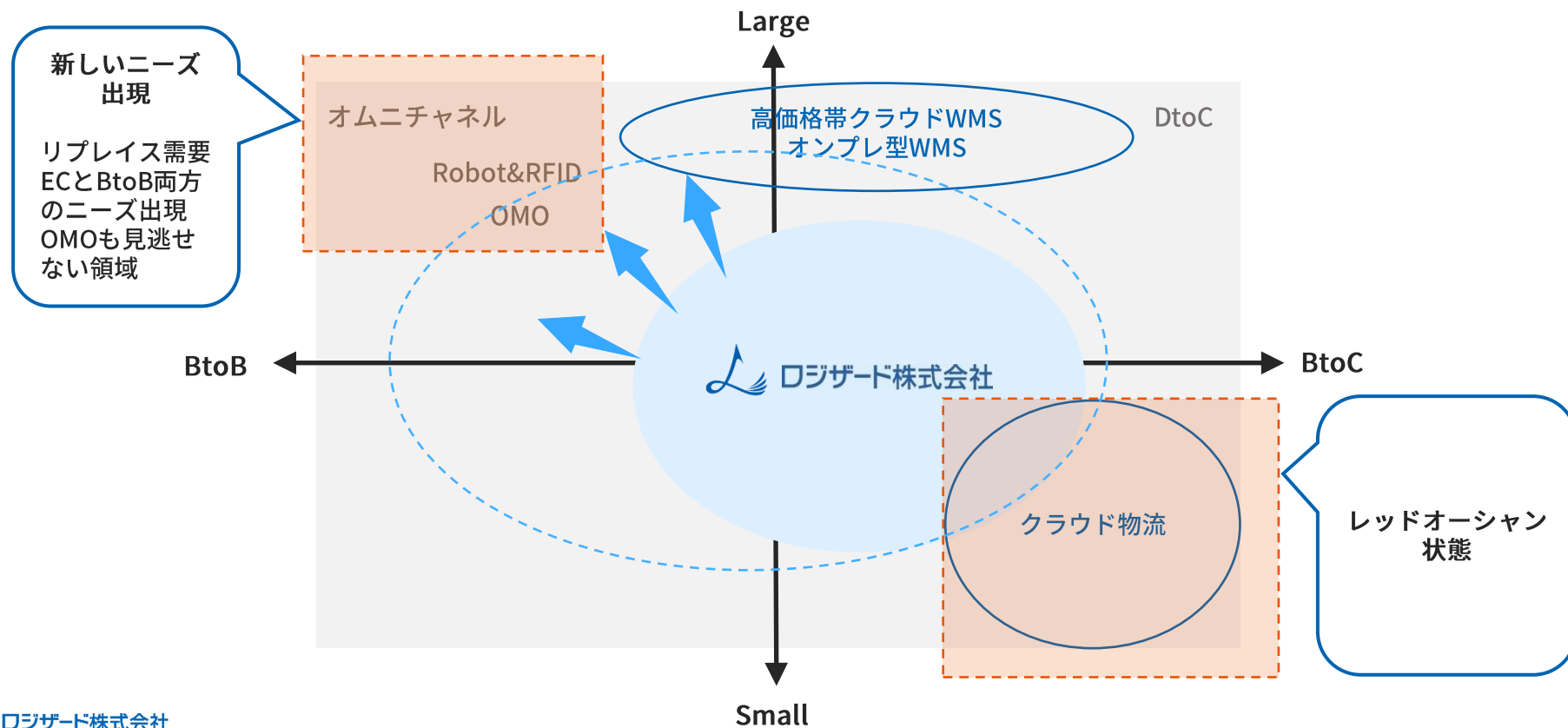


ロボット技術と標準連携して省人化・自動化



05 事業計画

- ▶ WMS市場はコロナによる需要増でEC/小規模向けの分野でレッドオーシャンの度合いが増した。新規参入のベンチャーが多く、そのほとんどが低価格である故に、等しく成長が難しい状況に。資金調達環境も悪化しており淘汰される可能性が高まっている。
- ▶ ロジガードは、新しいニーズが出現しているBtoB主力市場へポジションを広げていく。引き合いも増加傾向。



将来ニーズに対応するサービスと体制への先行投資の期間

基本成長戦略

時流製品 × ハイタッチサービス

本計画で対応する時流

1. BtoBに広がるWMSニーズ
2. 労働力不足を補う自動化トレンド
3. 進む店舗のスマート化とオンラインとの融合

ハイタッチの実現策

サービスの付加価値を具現化する人材の積極採用と、成長育成への投資

製品サービス施策

今は成長が見込まれる各分野へのEvenly bet戦略で望む

1. BtoBに広がるWMSニーズ

配分方式、梱包明細、荷札、SCMラベル、シリアル出荷、トレーサビリティ等作業フローに必要な機能の実装、業界標準EDI対応の模索で、BtoBの標準WMSへ成長させる。

2. 労働力不足を補う自動化トレンド

RFIDとRoboticsをキーテクノロジーとしてフォーカス。
梱包機/DAS/GAS/DPS他マテハン対応。



3. 進む店舗のスマート化とオンラインとの融合

ロジガードZERO-STORE & ロジガードOCEの開発と受注の推進。



ハイタッチサービスの実現策

ハイタッチサービス施策

当社最大の魅力はハイタッチなサービスと現実解へ導くコンサルカ

1. 受注納品と製品開発が同時に可能な体制づくり

受注納品増加でもハイタッチが維持できるリソース（採用・外注先）対策。
同時に製品開発に影響が出ないリソース対策。

2. サポート体制の拡張ケア

拡張されるサービスのサポートを担保できる体制の整備と、
直接ユーザーサポート以外の機能の省力化、DX化施策。

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

教育専任担当者の配置で、講師役社員のスケジューリング効率化

4. 社員が安心して業務できる制度づくり。

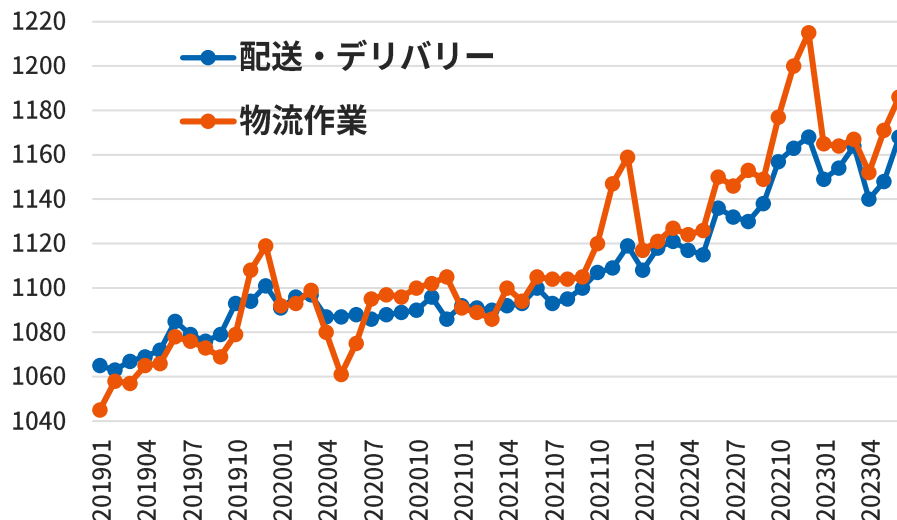
長期的成長を目指せる人事制度と福利厚生等の環境づくり。

流通業界

- ▶ コロナの感染症5類への移行で外出消費が戻ることで、EC一辺倒の世の中から脱却、店舗の役割の見直しが確実に起きる。それは「オンラインの更なる活用」が主軸となる、即ち「OMO」であり、早くもその潮流は起き始めている。現状はサービス各社手探りではあるが、長期的に伸長する。
- ▶ EC系アプリと店舗系アプリが互いに侵食の動きが始まったのが23期中の特徴。今後新規参入が進んで市場が広がる。
- ▶ ロジガードは在庫管理&物流機能で立ち位置を確保する。今後はノウハウの先取りと高速反復開発が必須となる。

パートの募集時給単価推移

物流業界

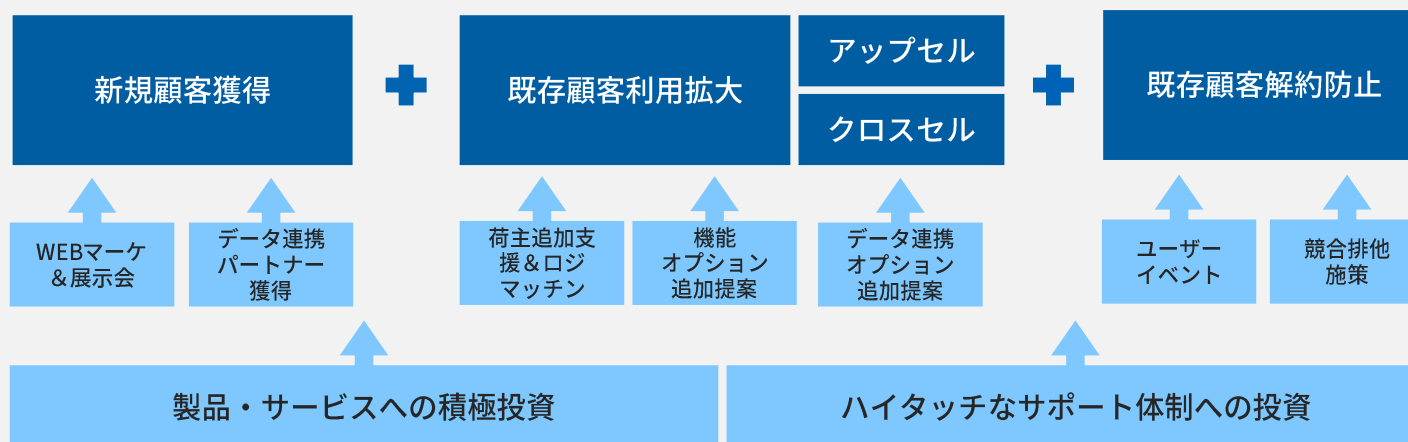


出典：「アルバイト・パート募集時平均時給調査データ」（株式会社リクルートジョブズ）

- ▶ 3PL業界は、EC物流の先行き需要と見合わない料金に不安を感じつつも、目先の荷主を獲得、囲い込む短期施策が優先事項となっている。
- ▶ 加えてもはや人手不足は深刻。時給単価は直近は5%基調で上昇。省力化と自動化は待ったなしだが、投資の動きは鈍い。
- ▶ 運送業界も人手不足に加え、差し迫る働き方改革関連法の2024年適用を目の前に、手詰まり感がまん延。サービス低下を容認する動きも。

中計方針のとおり、クラウドサービス売上の増加と積み上げに邁進

- ▶ クラウドサービス売上重視の事業活動に期待通りの成果が得られたと考える。24期も引き続き本方針を堅持する。



- ▶ 製品・サービスは以下のテーマを引き続き堅持
 1. 市場ポジションを広げること（BtoB）に対応する機能開発とデータ連携OPサービスの増加策
 2. 物流現場の省力化自動化（RFID、ロボット、マテハン機器をどんどんオプション化）
 3. OMO対応（ロジガードZERO-STORE、ロジガードOCEの機能強化）
- ▶ 上記拡販とサポートを実現する「顔の見えるクラウドサービス」を目指す社内体制の充実
 1. 採用活動の継続
 2. 新入社員研修及び、物流スキルをUPする研修のメニュー化とバージョンアップ

リモートワーク制度は継続。
働き方のバランスと社内コミュニケーションレベルの改善対応を行う。

- ▶ リモートワークの制度は継続するが、アフターコロナを迎え新人が増加して行く現在を踏まえ、対面コミュニケーションを重視し、出社を推奨する。
- ▶ 人員増加に伴い、本社オフィスの拡張を行う。
- ▶ 人員採用は、115名→132名まで増強予定。（27.6期末の目標人員：157名）
※23.6期実績21名採用
- ▶ 福利厚生の一環として、社員交流活動の費用を会社で補助。
社員間のコミュニケーション強化を図る。

これまでの施策を通して
24期は以下の目標を達成します。

売上高
20.2億円

↗ 前年比：109%

経常利益
3.3億円

↗ 前年比：127%

期末MRR※
1.35億円

↗ 前年比：108%

※MRR…Monthly Recurring Revenueの略で毎月継続的に得られる収入のこと

24.6期 通期業績予想

利益計画及び
前提条件

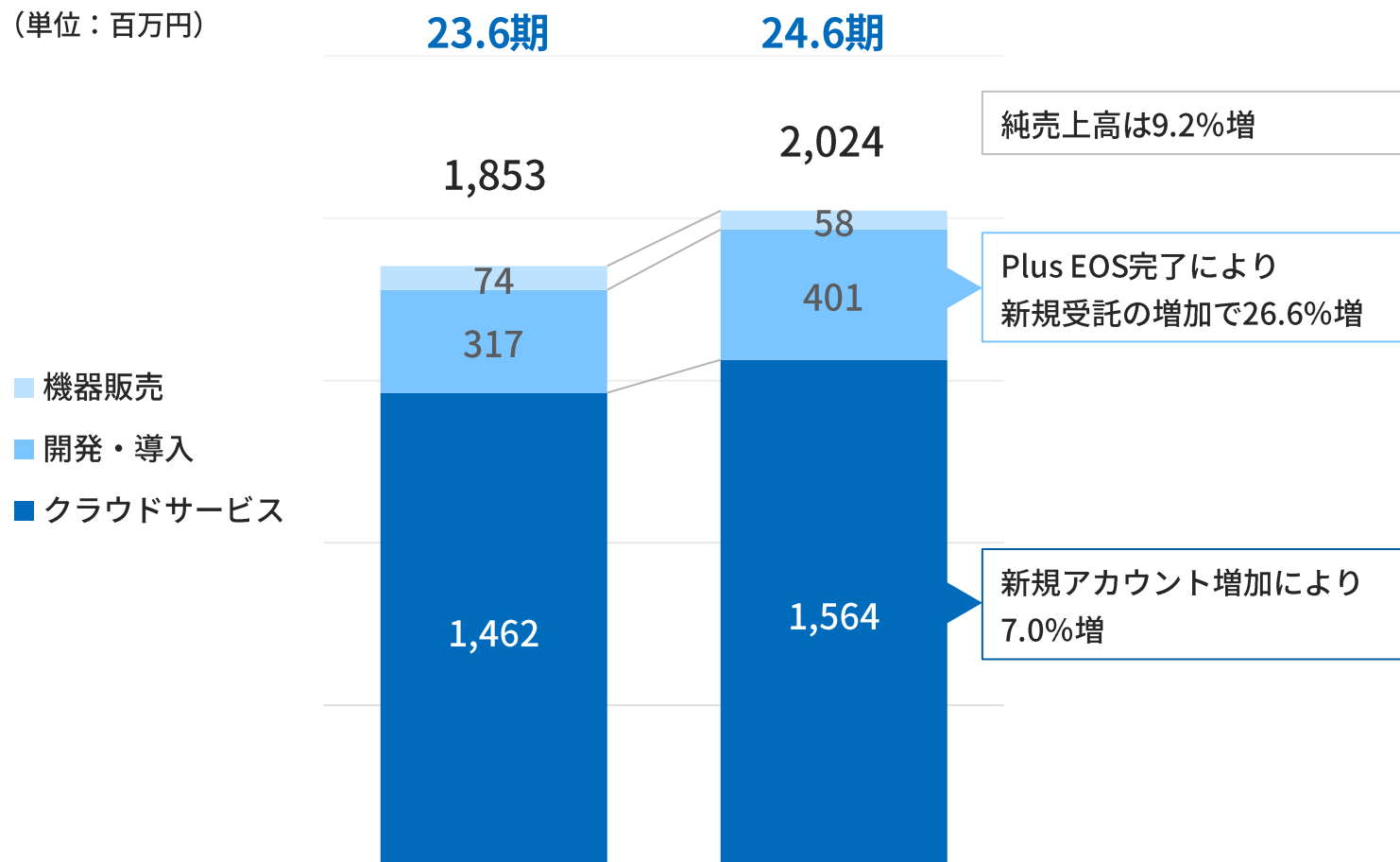
(単位：百万円、%)

勘定科目	23.6期通期実績		24.6期計画		昨年比
	金額	構成比	金額	構成比	
売上高	1,853	100.0%	2,024	100.0%	109.2%
クラウドサービス	1,462	78.9%	1,564	77.3%	107.0%
開発・導入サービス	317	17.1%	401	19.8%	126.6%
機器販売サービス	74	4.0%	58	2.9%	88.7%
売上原価	899	48.5%	954	47.2%	106.2%
売上総利益	954	51.5%	1,069	52.8%	112.1%
販売費及び一般管理費	693	37.4%	738	36.5%	106.5%
営業利益	260	14.1%	331	16.4%	127.0%
経常利益	260	14.1%	331	16.4%	127.1%
当期純利益	184	10.0%	226	11.2%	122.7%

24.6期 売上高増減の明細

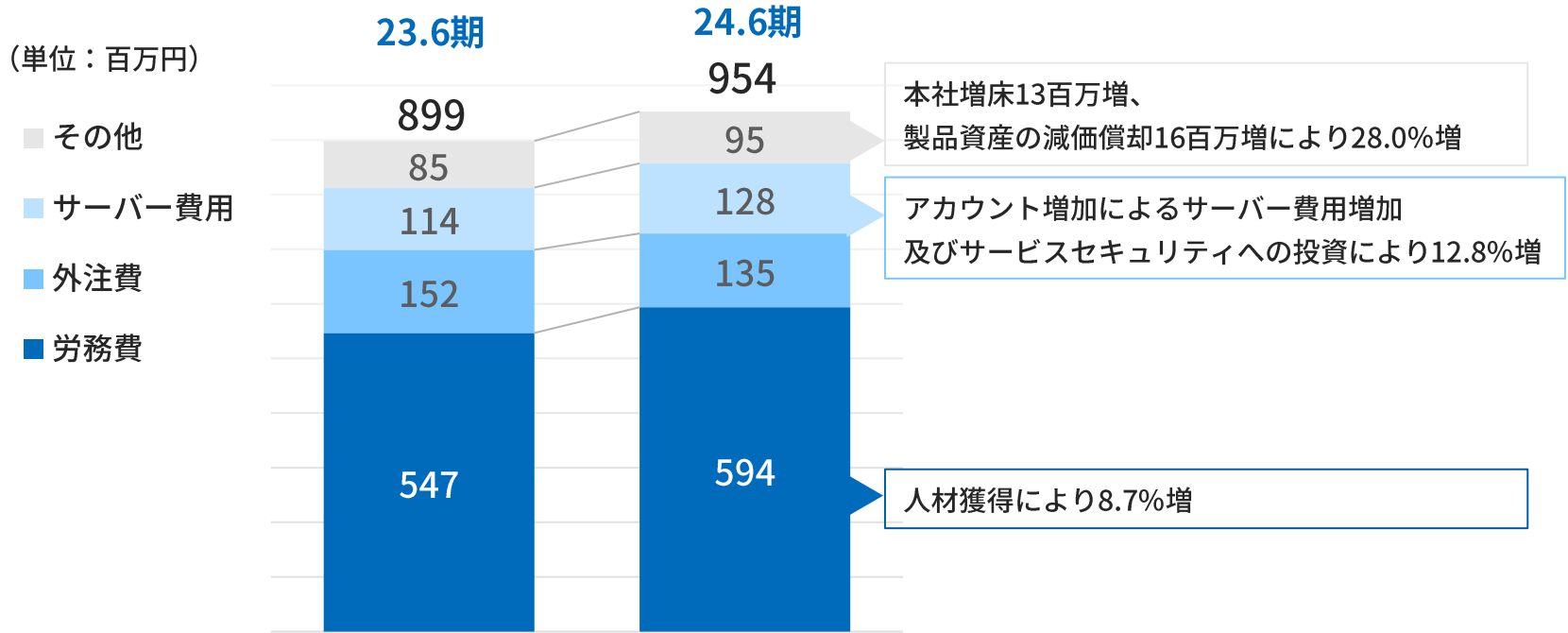
開発売上はEOS完了により新規受託チャンスが到来しているが、製品開発との兼ね合いを考慮したリソースの範囲とし23期中計初期の計画を踏襲した。

(単位：百万円)



24.6期 主な売上原価増減

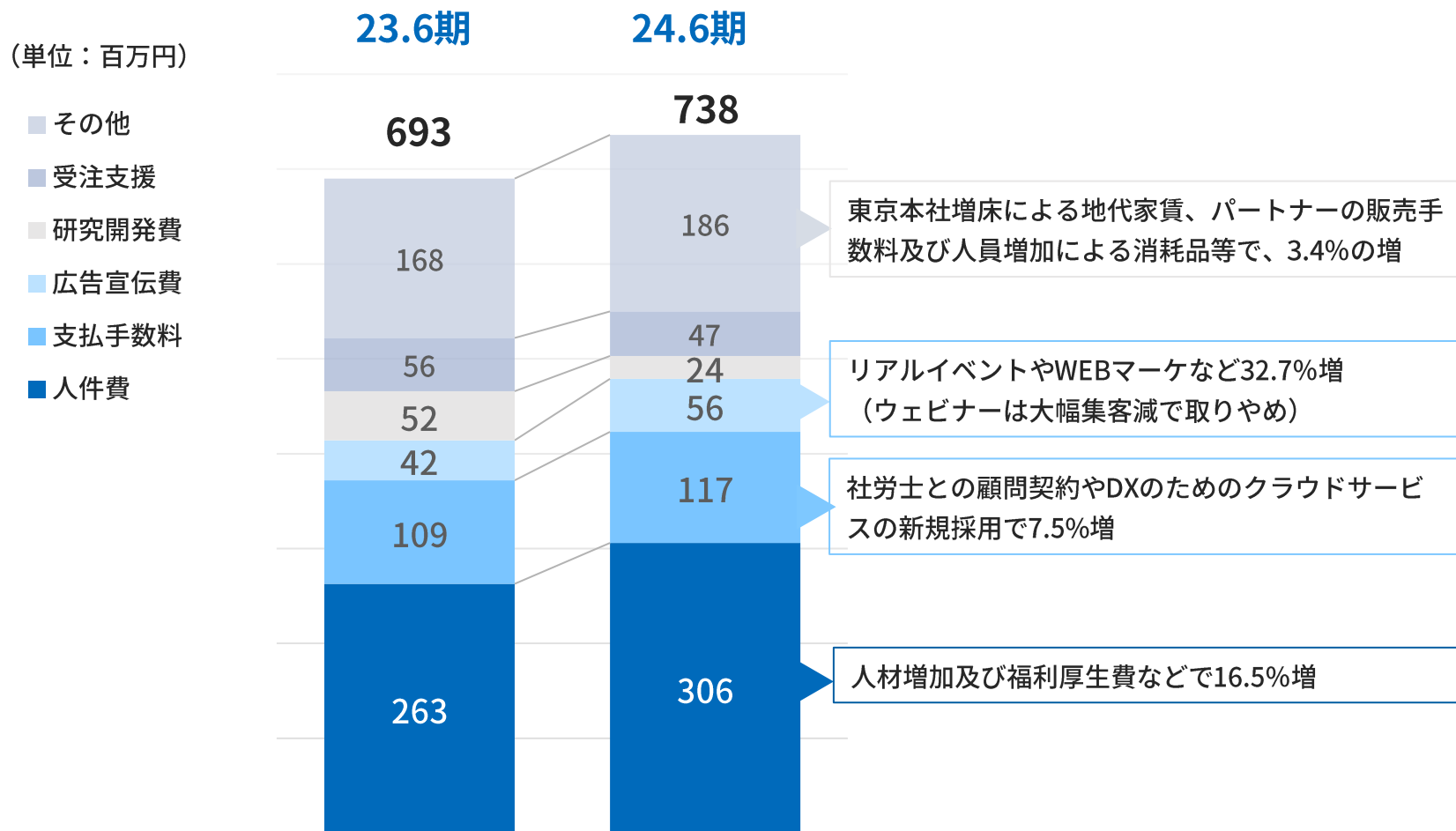
納品キャパシティの増加と製品開発の推進ため、引き続き人材獲得を進める



原価部門発生内他勘定振替明細	23.6期	24.6期	増減	説明
ソフトウェア仮勘定 (BS)	63	159	95	中計施策による製品開発で増加
研究開発 (販管費)	52	23	-29	23期は研究開発段階で留まったPJを製品化でソフトウェア資産とする計画
受注支援費 (販管費)	56	47	-9	EOS完了により低廉
研修教育費 (販管費)	30	20	-10	23期に比べ採用数が減少するため
合計	204	250	46	

24.6期 主な販売管理費増減

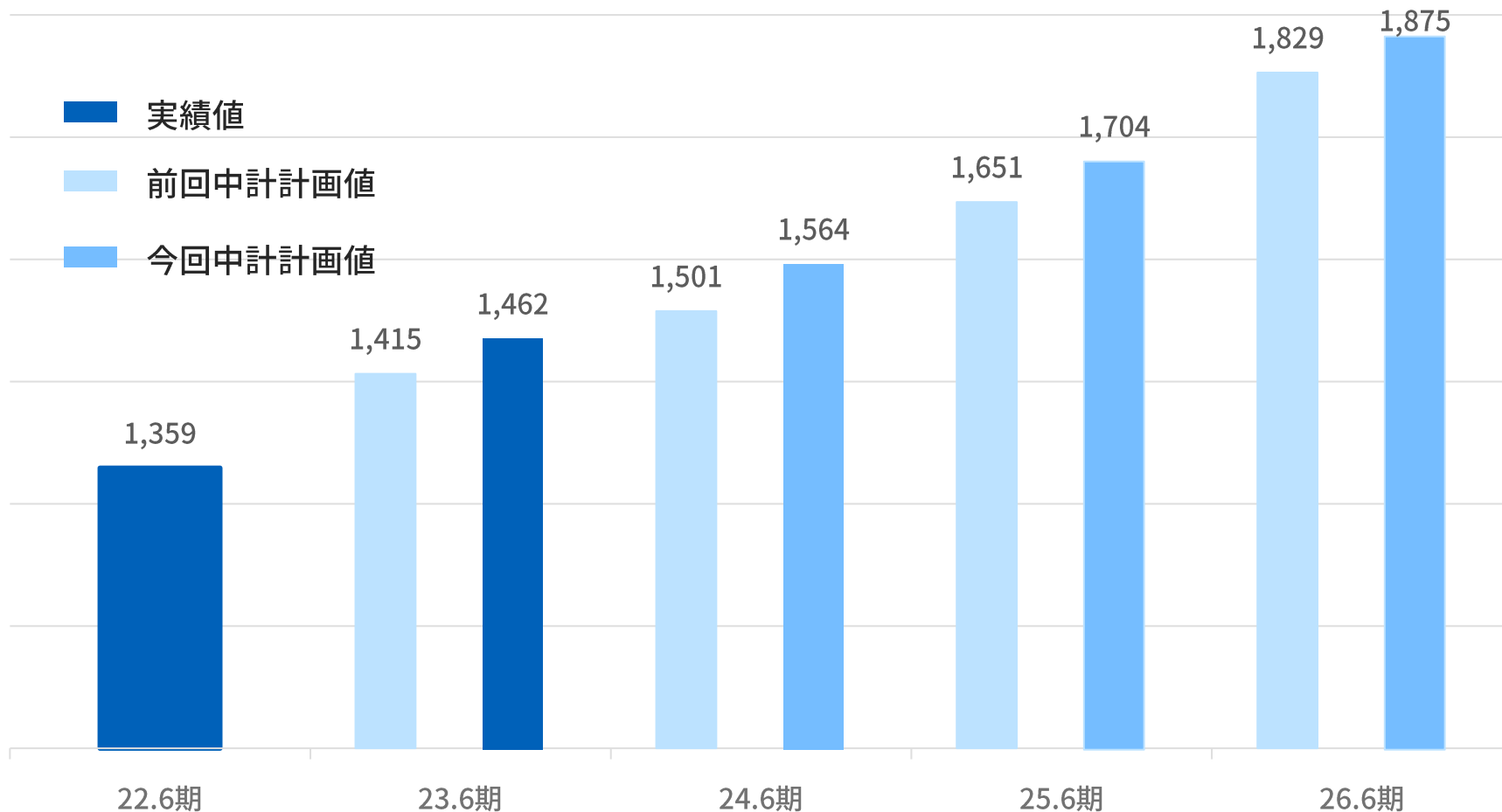
販管費においても、人材投資とプロモーション投資を継続



クラウドサービス売上計画

利益計画及び
前提条件

(単位：百万円)



実績

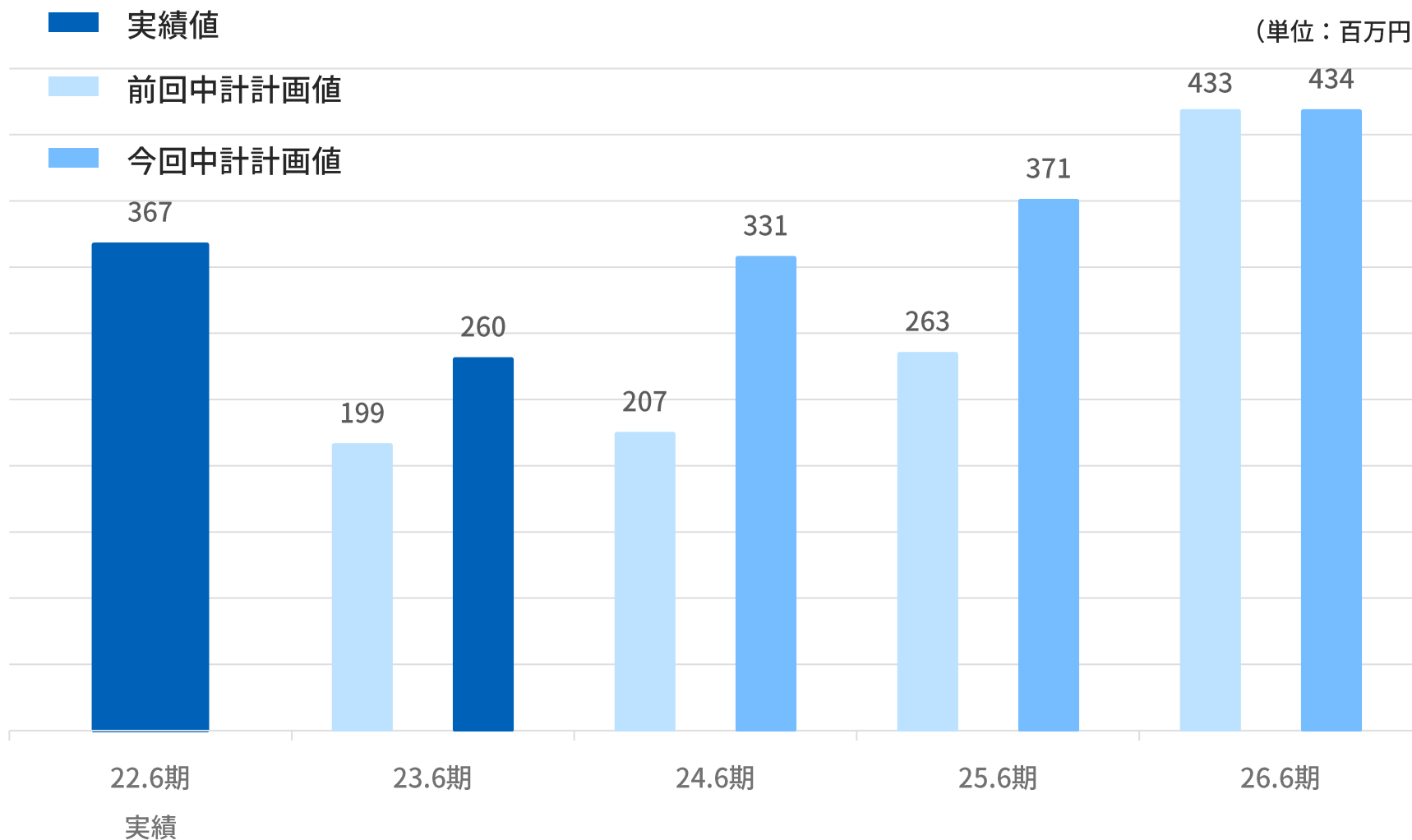
※クラウドサービス売上は、23.6期MRR実績をもとに改めて試算いたしました。

なお、前回計画値は27.6期までの試算を行ないましたが、23.6期で人員増加による事業への影響が確認できたため、今回より従来の3年間の事業計画としました。

経常利益計画

利益計画及び
前提条件

(単位：百万円)



※前期中計計画値は27.6期までの試算を行ないましたが、23.6期で人員増加による事業への影響が確認できたため、今回より従来の3年間の事業計画としました。

なお、26.6期の今期中計計画値は前期中計計画値よりも製品開発・研究開発費を積み増ししております。

引き続き、期末配当を実施予定

配当性向は20%を目安とする。

23.6期末の予想配当金

1株あたり 12円00銭

※22.6期実績 1株あたり 14円95銭

24.6期予想 1株あたり 15円00銭

06 リスク情報

リスク情報 (1/2)

認識するリスク
及び対応策

項目	主要なリスク	影響度	発生頻度	リスク対応策
事業内容及び経営成績の変動：技術革新	クラウドサービス等の新技術及び新サービスの導入が相次いで行われており、インターネット関連技術クラウドサービスの環境の変化への対応が遅れる可能性	小	中	新技術及び新サービスの開発を継続的に行なうとともに、優秀な人材の育成・確保などによる対応
事業内容及び経営成績の変動：競合他社による影響	資金力、ブランド力を有する大手企業をはじめとする競合他社による価格競争の激化、および、顧客訴求力のより高いサービス提供が行われる可能性	小	中	在庫管理システムと物流サービスを顧客ニーズに合ったクラウドサービスによる提供で優位性を高めることによる対応
事業内容及び経営成績の変動：受注開発の成否	ソフトウェアのカスタマイズ案件の納入後の不具合の発生、顧客からの開発案件の仕様変更・追加要求の発生等、工数の追加、開発途上の不測事故等により採算が悪化する可能性	中	中	適正な見積もりや受注段階からプロジェクト管理の徹底を図り、効率的なシステム構築及び開発による対応
事業内容及び経営成績の変動：特定製品への依存	主力製品である倉庫在庫管理システム「ロジザードZERO」について、製品の改良を計画通りに行うことができない、又は、主力製品以外の新製品が顧客に支持されない等の理由にて遺品が競争力を失う可能性	小	中	顧客のニーズに合った製品をタイムリーに提供していくと同時に業績の安定化を図るため主力製品以外の新製品の開発などによる対応

リスク情報 (2/2)

認識するリスク
及び対応策

項目	主要なリスク	影響度	発生頻度	リスク対応策
事業内容及び 経営成績の変 動：システム 障害	一時的なアクセス集中によるサーバー負荷の増加、ハードウェア及びソフトウェアの不具合、人為的ミス、コンピュータウイルス、自然災害、事故、サイバー攻撃等により、システム障害が生じる可能性	中	低	障害の発生に備え24時間監視体制、並びにシステムの安定稼働を確保するための対策などによる対応
事業内容及び 経営成績の変 動：ソフト ウェアの瑕疵	販売するソフトウェアに重大な瑕疵や不具合が発生した場合には、修正に時間を要し、その間当社の製品サービス等の提供ができなくなり、また、損害賠償の請求が発生する可能性	大	低	ソフトウェアを販売する際に高い品質を保つため、開発部門において検査体制を構築し、十分な品質検査を実施。また、ソフトウェアの瑕疵や不具合などが発生した場合には、顧客に告知し、直ちに修正したものを提供できる体制などによる対応
関連法規： 個人情報の保 護	取引先及び荷主等の個人情報が、外部からの不正アクセス、システム運用における人的過失、従業員の故意等による個人情報の漏洩、消失、不正利用が発生した場合、信用の失墜を招き、更には損害賠償の対象になる可能性	小	低	個人情報保護法が定める個人情報取扱事業者として、個人情報保護法上の義務を遵守。また、プライバシーマークを取得し、「個人情報保護方針」に沿って、個人情報保護マネジメントシステムを整備し、従業員に対する個人情報保護に関する意識の向上を図り、個人情報の漏洩に対し防止策を講じることなどによる対応

その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料の取り扱いについて

- ▶ 本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。
- ▶ 別段の記載が無い限り、本資料に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- ▶ 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- ▶ 2023年6月期の進捗状況につきましては、「2023年6月期通期 決算説明資料」をご参照ください。
- ▶ 次回の「事業計画及び成長可能性に関する資料」の開示は、2024年6月期通期の決算開示日（2024年8月中旬予定）を予定しております。また、KPI等の進捗状況につきましては、別途四半期ごとに開示いたします。

ロジガード株式会社
（証券コード4391）

東京都中央区日本橋人形町三丁目3番6号
URL： <https://www.logizard.co.jp>
Tel： 03-5643-6228



弊社HP