

Logizard Co.,Ltd.

成長可能性に関する説明資料

ロジガード株式会社
(東証マザーズ:4391)
2018年7月4日



I.	会社概要	P. 3
II.	特長と強み	P. 8
III.	成長戦略	P.16

I . 会社概要

会社概要

会社名	ロジガード株式会社
英字会社名	Logizard Co., Ltd.
代表者	代表取締役社長 金澤 茂則
設立	2001年7月16日
所在地	東京都中央区日本橋人形町三丁目3番6号
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	239百万円(2018年7月4日現在)
従業員数	72名(連結、2018年4月末現在)

「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	EC通販を行っているメーカー、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

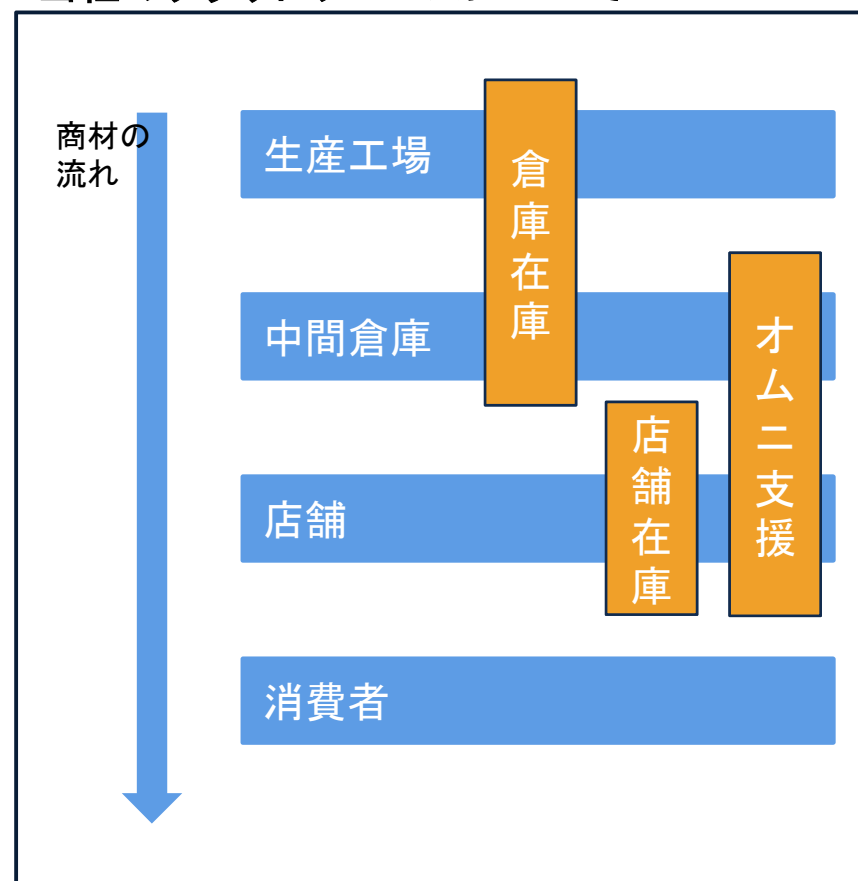
対象顧客	実店舗を保有するメーカー、流通業
主要機能	入出荷作業・棚卸支援機能、販売登録機能

■ オムニチャネル支援システム

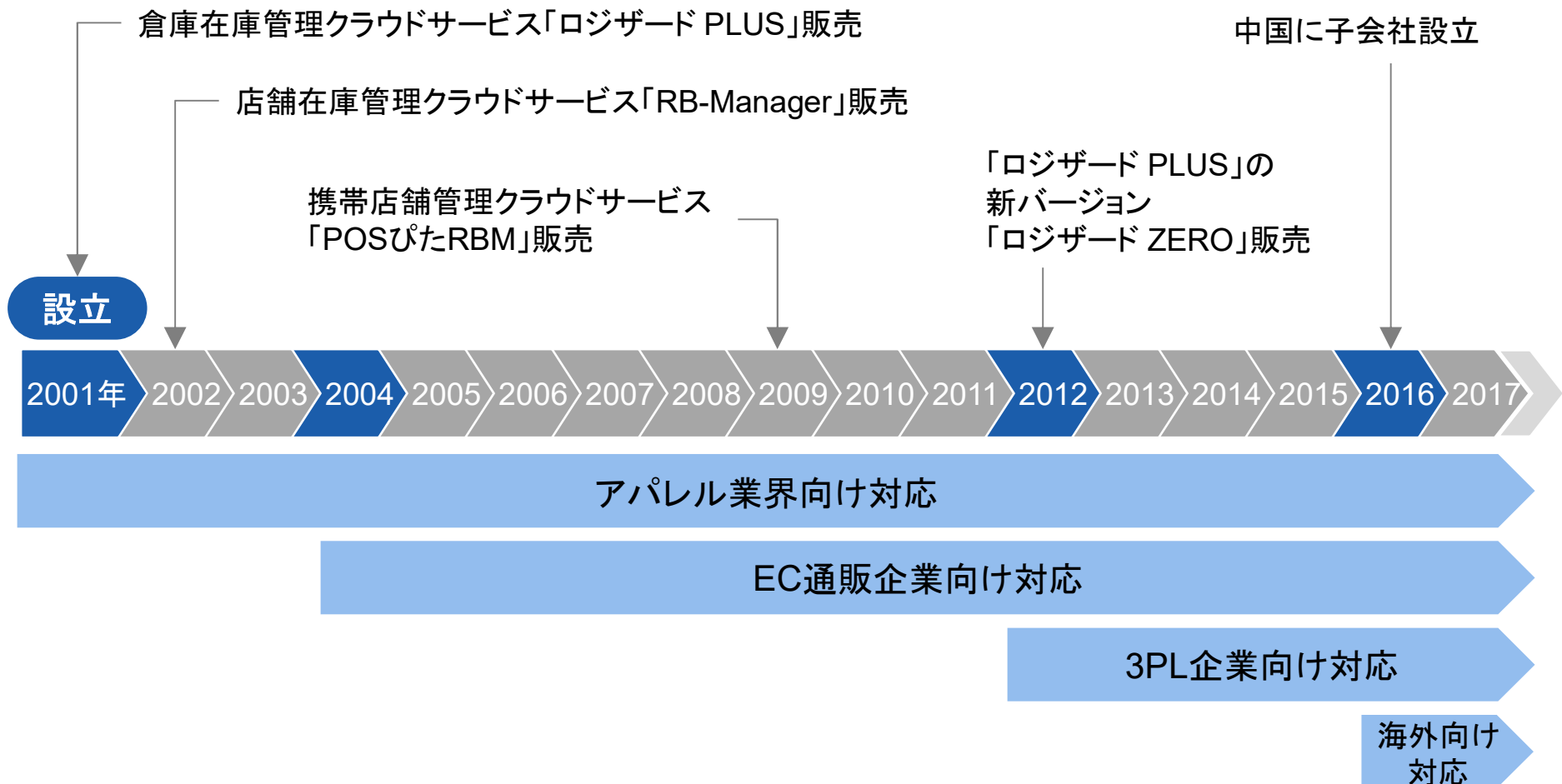
対象顧客	複数店舗を保有する小売業、流通業
主要機能	販売在庫情報提供機能、商品引当機能、出荷指示機能



当社のクラウドサービスについて

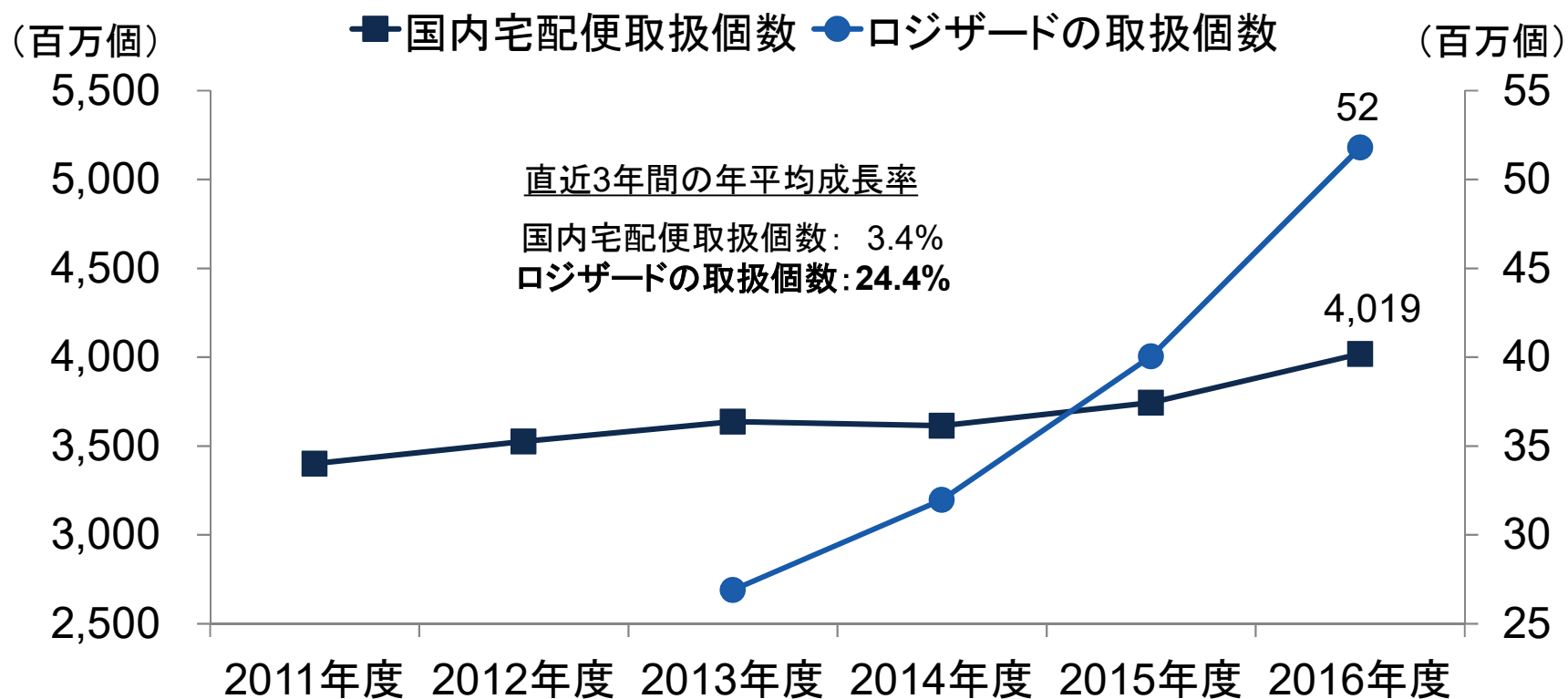


設立のきっかけはアパレル企業の「在庫適正化」支援 インターネットの普及に伴いEC通販からの需要が拡大



EC市場や宅配便の伸びを上回る成長

国内宅配便取扱個数(左軸)とロジガードの取扱個数(右軸)



出所: 国土交通省、ロジガード

注: 国内宅配便取扱個数は3月期、ロジガードの取扱個数は6月期

Ⅱ. 特長と強み

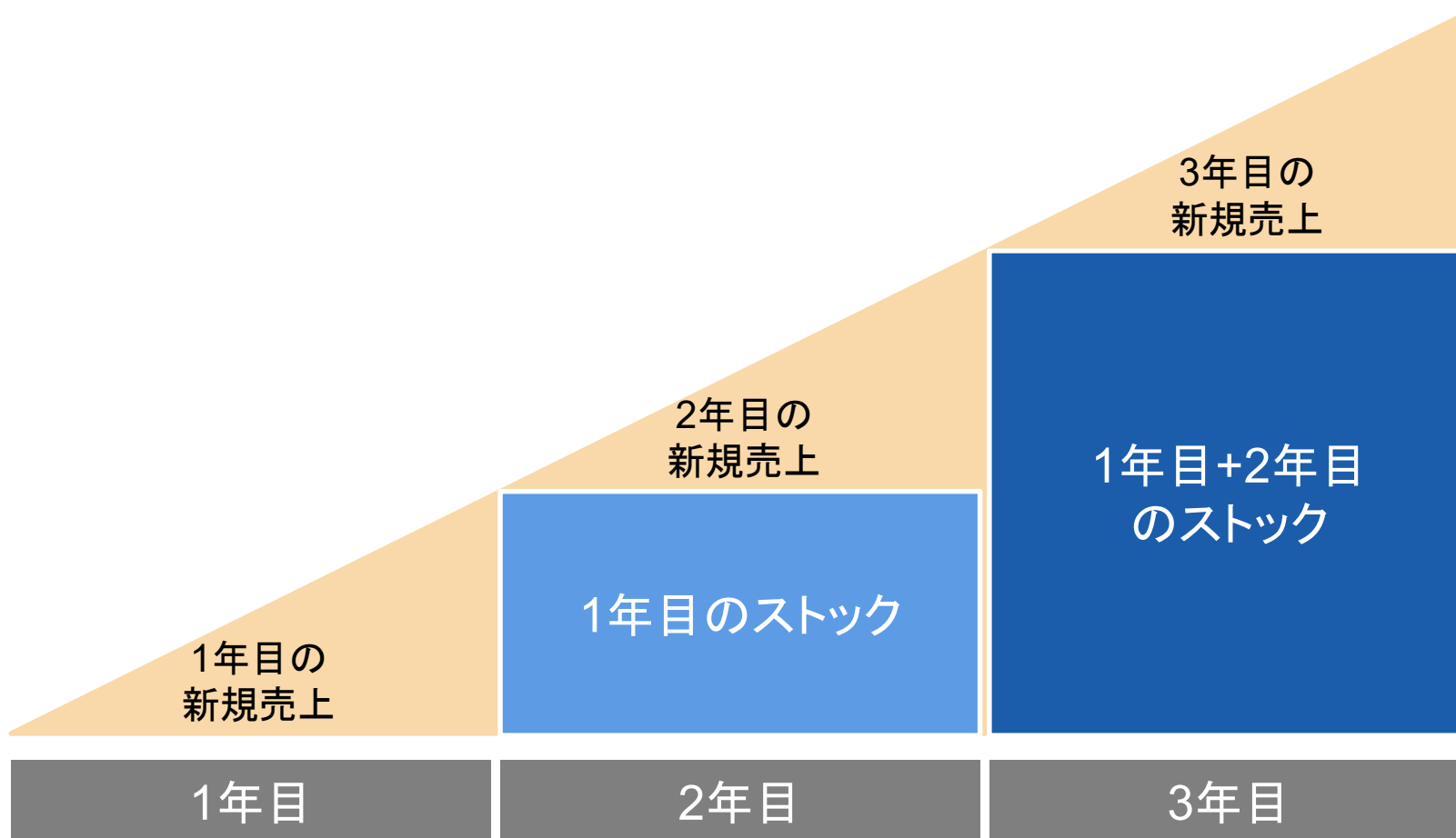
1.安定的な収益モデル

2.明確なターゲットの設定

3.「短納期」×「低価格」×「高サービス」

1. 安定的な収益モデル

既存の売上に加え、新規の売上が積み上がり、安定的に成長

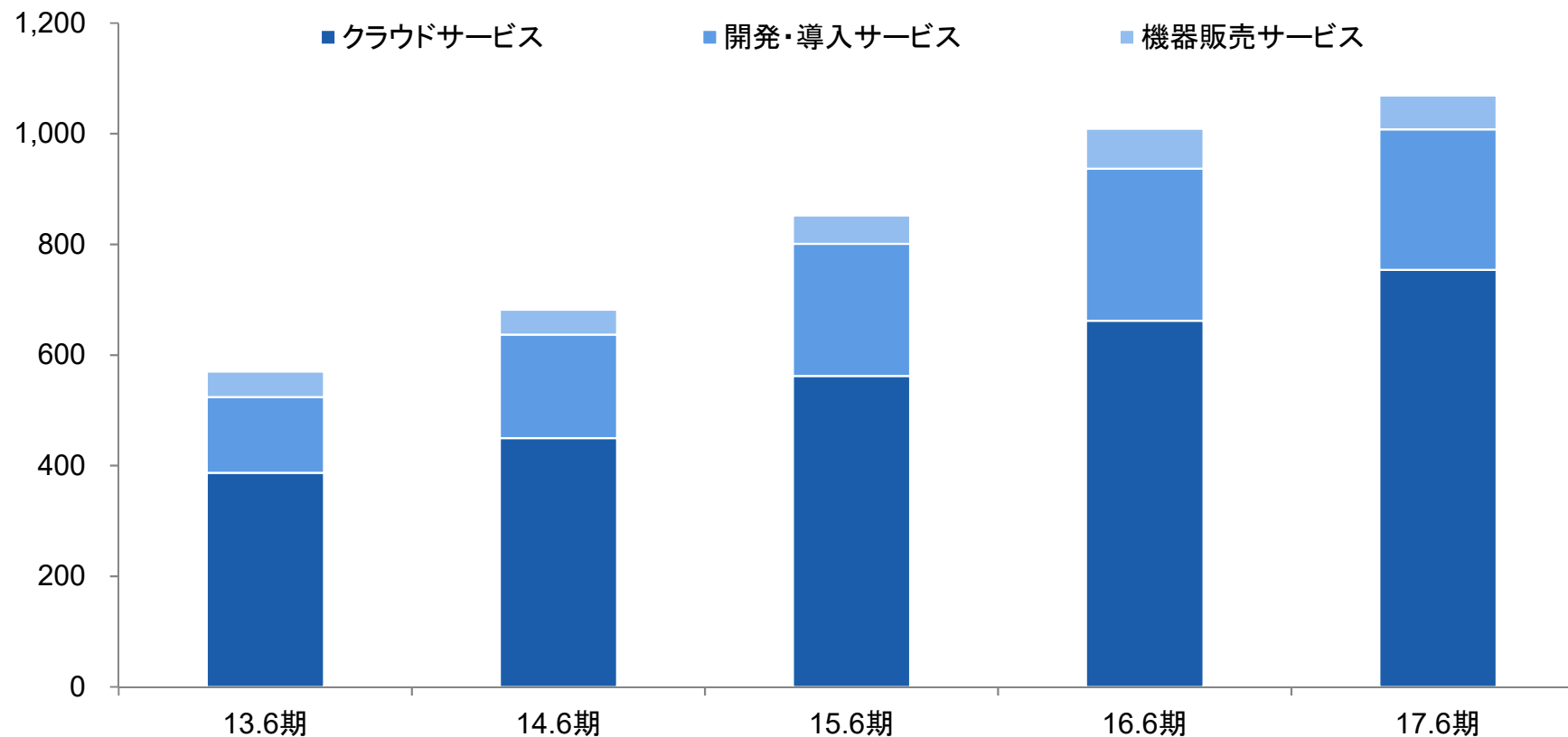


1. 安定的な収益モデル

安定したクラウドサービスの収入により売上高は10期連続増収と堅調に推移

サービス別売上高

(単位:百万円)



2.明確なターゲットの設定

EC市場の急激な成長により、EC通販企業や3PL企業に共通した物流ITニーズを捉える

EC企業のニーズ

受注増加で物流作業をアウトソースしたい

成長スピードに合わせて素早く導入したい

物流費を減らしたい

過剰受注や機会ロスをなくしたい

現在の自社で負担出来る費用にしたい

3PL企業のニーズ

発展するEC物流業務を受託したい

荷主の要求するスピード稼働に応えたい

効率的に作業したい

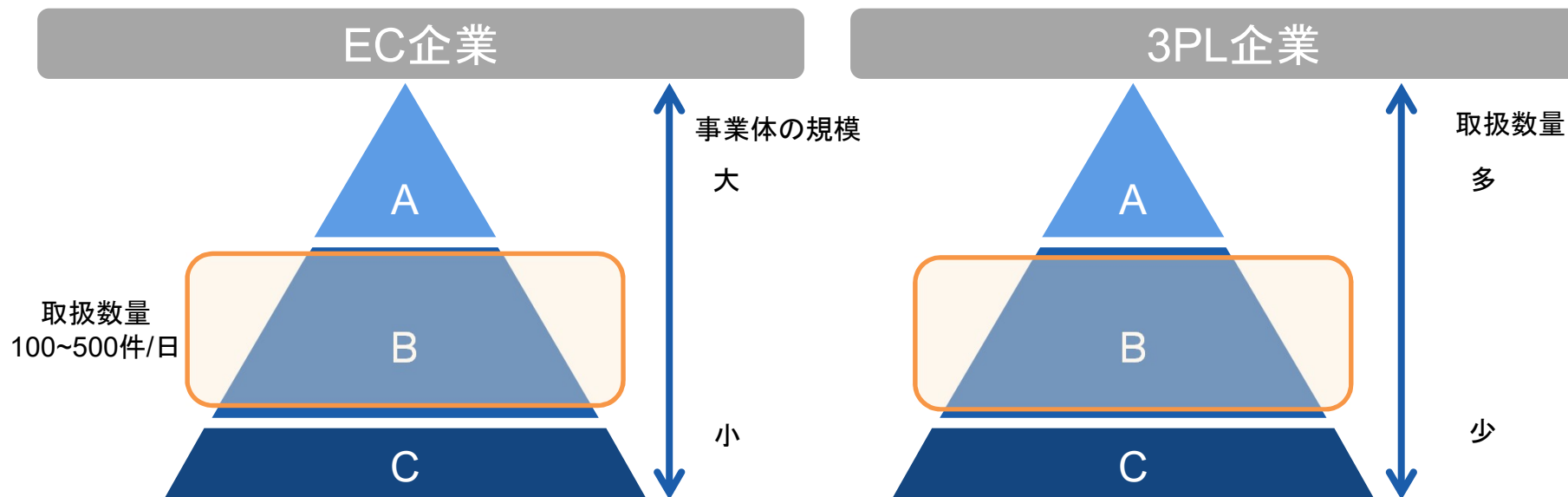
誤配・遅配を防いでクレームをなくしたい

初期投資を抑え、変動費化したい

共通のITニーズをもつ顧客をターゲットに設定

2. 明確なターゲットの設定

取扱数量や事業体の規模による製品ニーズを分析
ロジザードのシステムが最も適した層に照準を合わせる



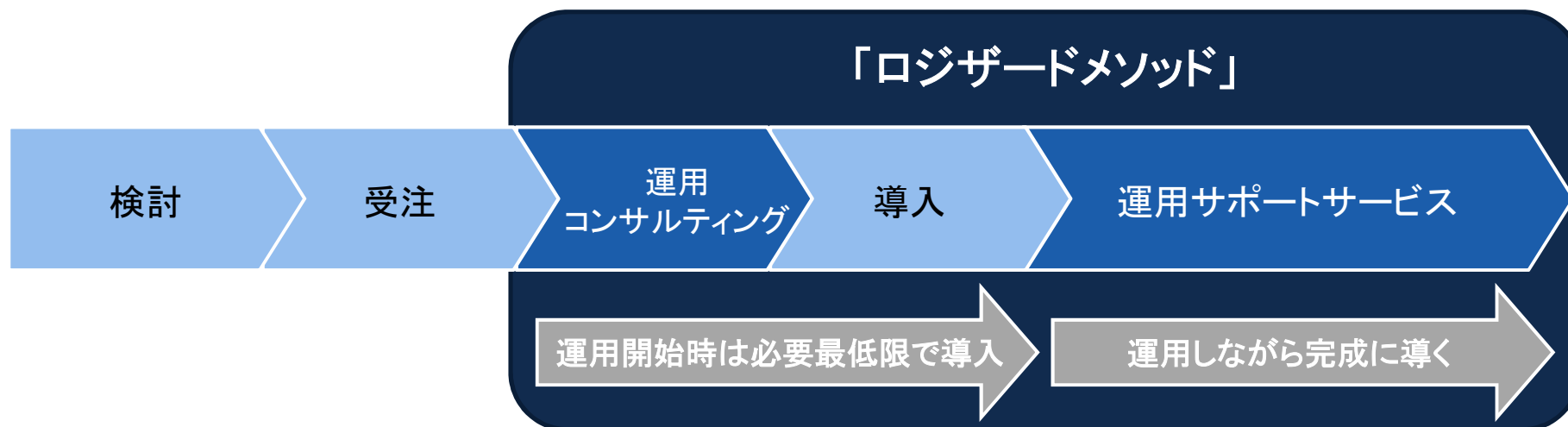
各層のニーズ(左) × 各システムの特徴(右)

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

	性能	汎用性	導入期間	価格
スクラッチ	◎	専用	中長	高
パッケージ	○	汎用	短	低
エクセル	×	汎用	-	-

B層のニーズと
ロジザードの
システムが合致

3.短納期 × 低価格 × 高サービス



短納期

稼働までのスピードを優先し、確実な稼働を実現
最短1か月で納品

低価格

標準化されたシステムで
カスタマイズ不要の低価格導入

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

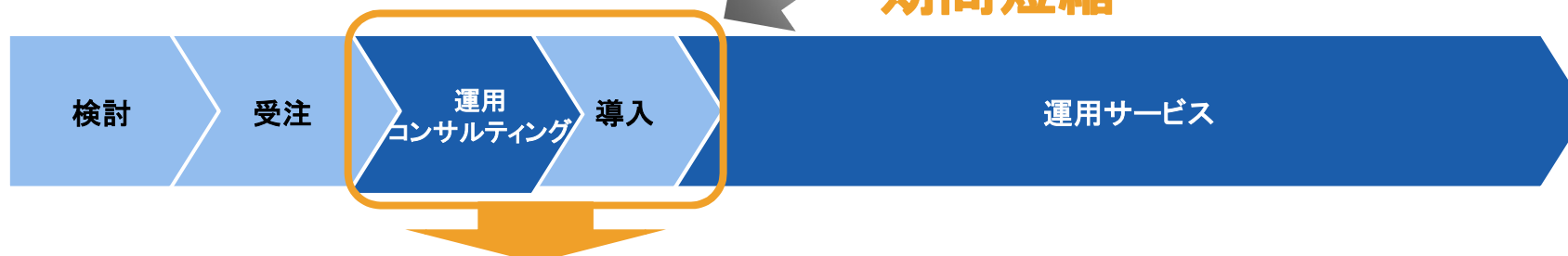
3.短納期 × 低価格 × 高サービス

稼働までのスピードと安全稼働を優先し必要最低限で導入、運用しながら完成させる「ロジザードメソッド」が競争優位性のキーポイント

■ 他社の運用までのフロー



■ ロジザードの運用までのフロー



期間短縮

運用ノウハウの長期蓄積による
標準化された製品機能

圧倒的な経験を背景とした提案力
と導入手順の形式知化

Ⅲ. 成長戦略

2大成長戦略により、ターゲットのニーズに応え成長を図る

ニーズ： 人手不足解決のための省力化と自動化

1

パートナー企業との製品連携により差別化戦略を推進

ニーズ： リアルとバーチャルの販売融合

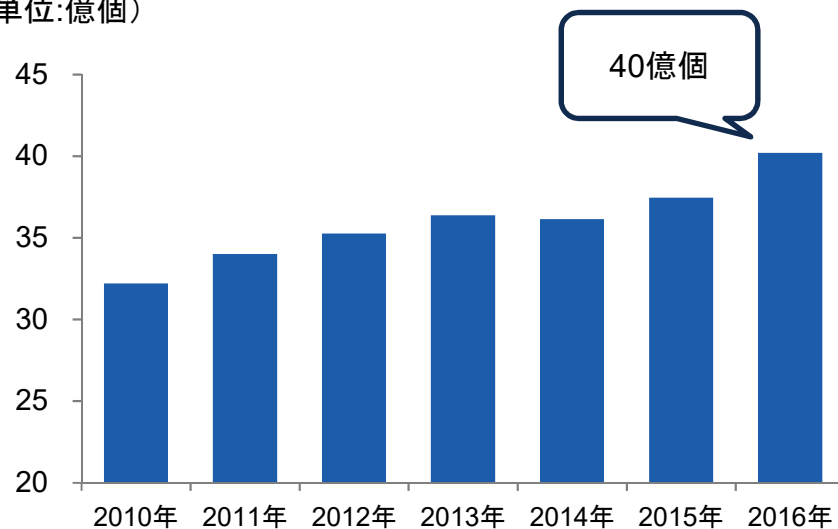
2

オムニチャネル対応へ
在庫データの付加価値化による顧客基盤の拡充

消費者のニーズが多様化する中、
物流量の拡大に伴い人手不足が課題に

宅配便取扱個数

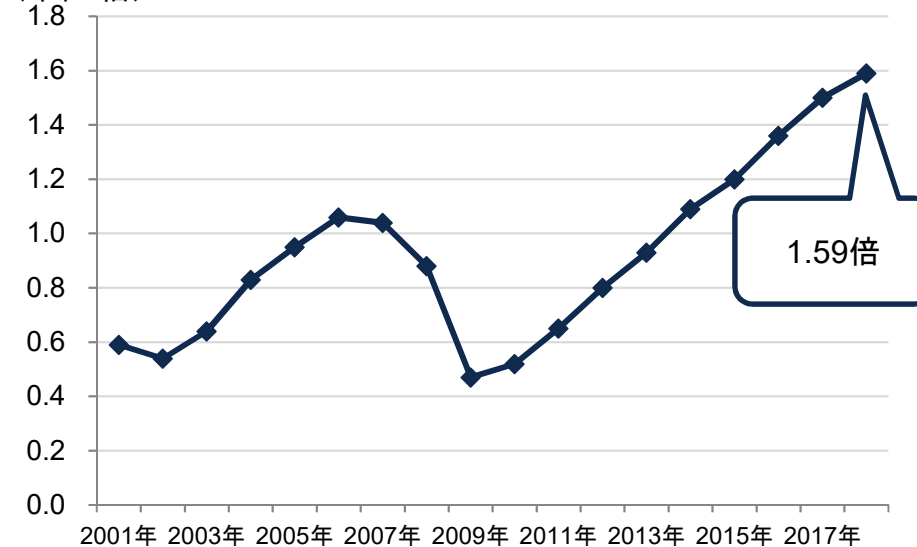
(単位:億個)



出所:国土交通省HP「平成28年度 宅配便取扱実績について」

有効求人倍率

(単位:倍)



出所:厚生労働省HP「一般職業紹介状況(平成30年4月分)について」

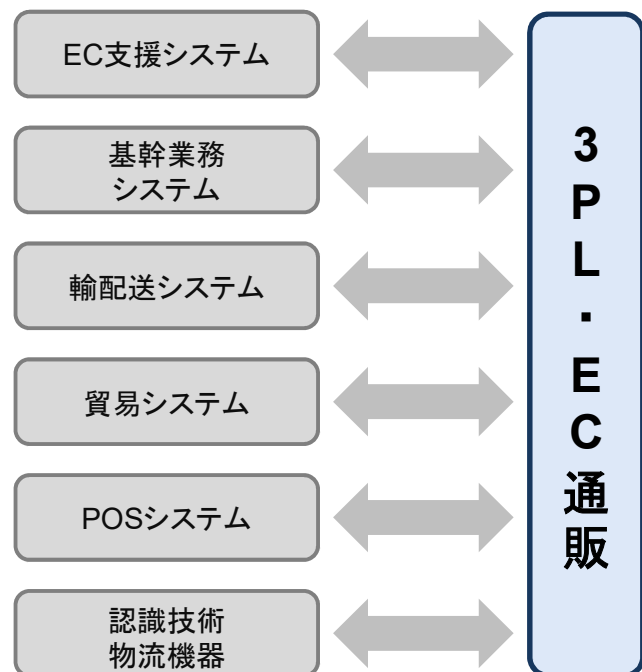
宅配便取扱個数や有効求人倍率は過去と比較して高い数値を記録

パートナー企業との製品連携による差別化

製品連携により機能拡充のスピードを上げ、新規導入拡大を図る

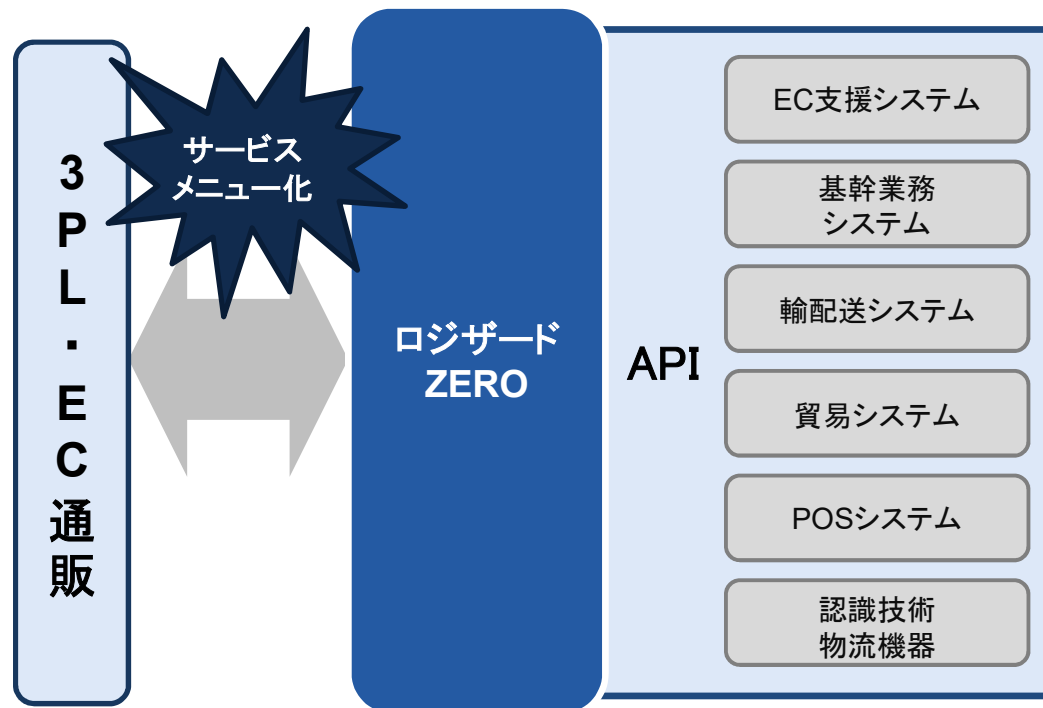
製品連携していない場合

システム・機器間での
データ連携はすべて個別



製品連携している場合

システム・機器間でのデータ自動連携がオプションで可能に

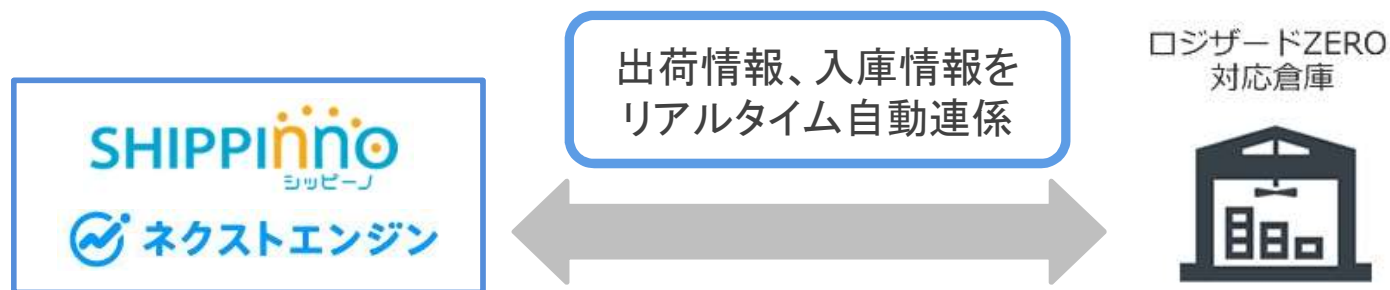


自前で各システム・機器をつなぐよりも導入が早く低コストで作業効率が向上

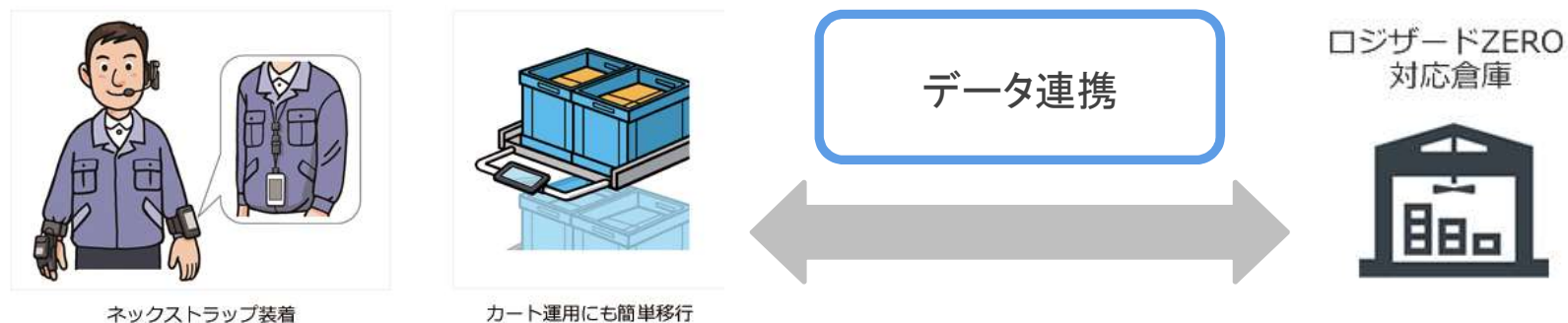
製品連携により入出荷やピッキングに関わる作業を効率化

オプション例

- シッピーノ株式会社様とのAPI経由によるデータ連携操作の自動化



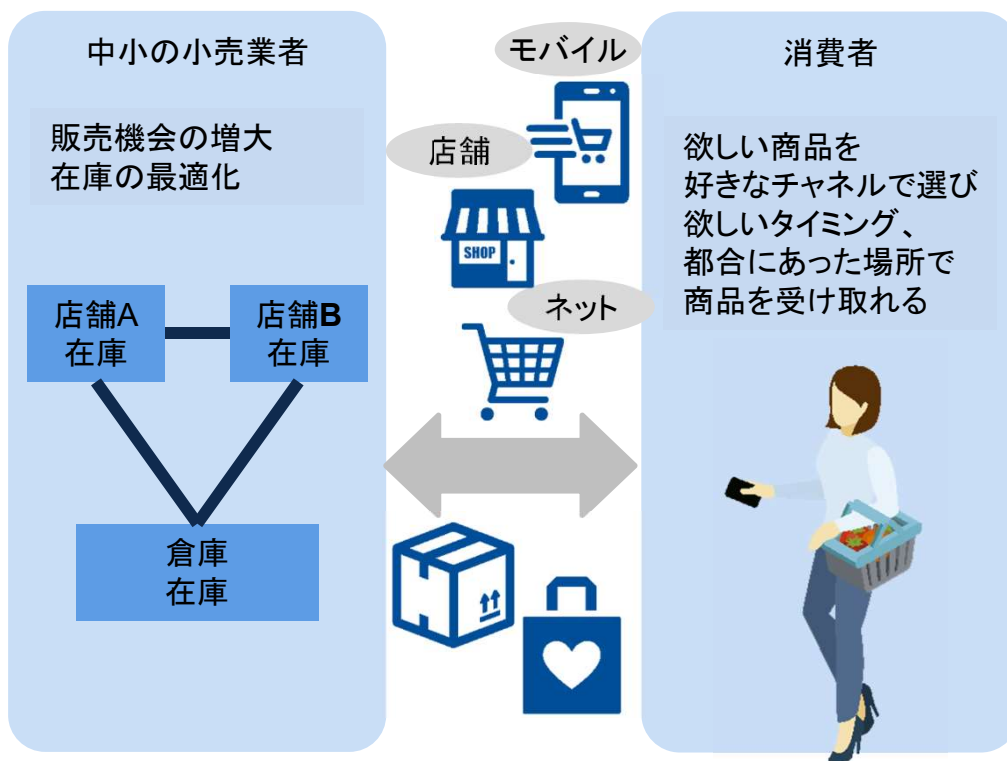
- 株式会社サトー様とのAPI経由によるボイスピッキングデバイスとの連携



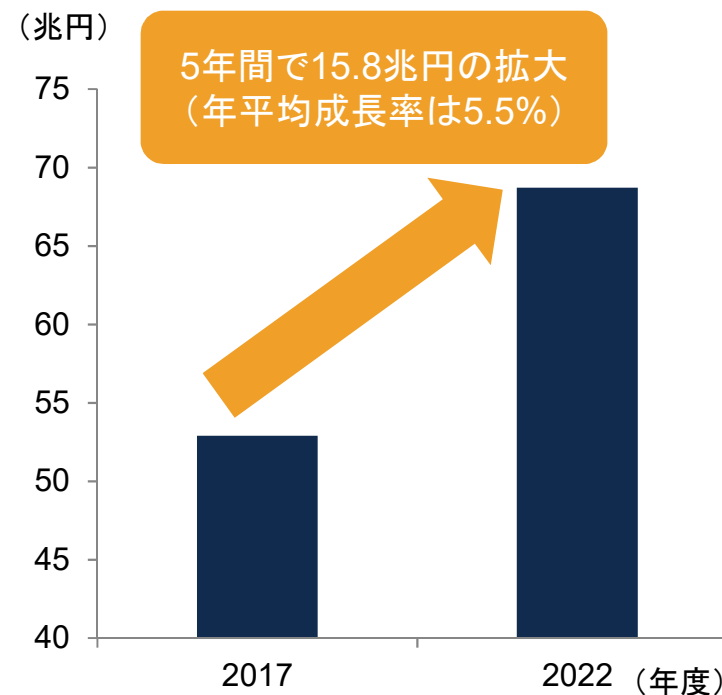
オムニチャネル市場の拡大は続く

消費者の多様化するニーズにより、小売業者のオムニチャネル化対応がさらに進み、市場は年5.5%成長が続く見込み

オムニチャネルとは



オムニチャネルコマースの市場成長予測



出所:野村総合研究所「ITナビゲーター2018年度」

変化する市場に対応する小売業者のニーズに応え、一元管理された場所別在庫データを提供。付加価値で新規ニーズを取り込む

小売業者のニーズ

複数の店舗の在庫を
効率良く販売したい

各店舗に加え、倉庫にある在庫を
正確に管理しなければならない

各店舗や倉庫の正確な在庫情報を
リアルタイムでつなぐ必要がある

在庫データの一元管理

ロジガードの強み

1 圧倒的な導入実績数による
「場所別在庫管理」ノウハウ

2 中小企業でも導入可能な料金体系

3 クラウドサービスの利便性

システム未導入ターゲット層へはノウハウによるシステムの高い信頼性をアピール
他社WMS導入済みターゲット層へはオムニチャネルを切り口としたアプローチにより取り込む

ロジガード株式会社

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません