

2022年3月期

第2四半期 決算説明資料

2021年11月15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。

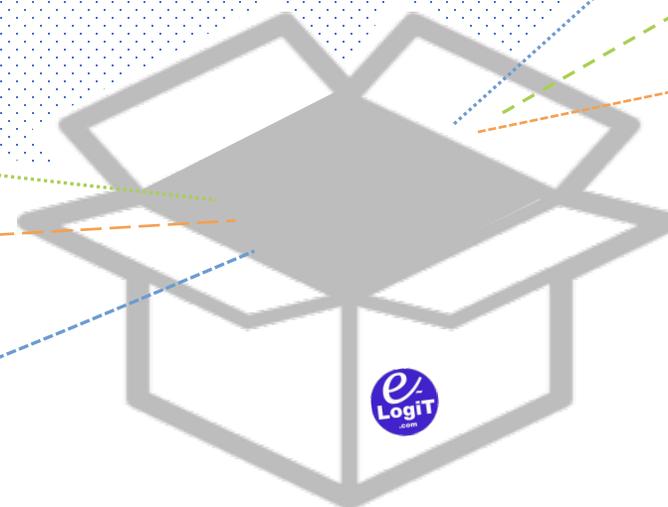
通常、物流はいかにコスト削減できるかがポイントとなりますが、

当社では「**EC通販企業様の売上を伸ばす**」また

「**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。



1. 2022年3月期 第2四半期 決算概要
2. 2022年3月期 通期業績予想
3. APPENDIX (参考資料)

1. 2022年3月期 第2四半期 決算概要

売上高

57.24億円

YonY 108.0%

営業利益

△100百万円

YonY △292百万円

経常利益

△94百万円

YonY △287百万円

四半期
純利益

△168百万円

YonY △288百万円

2Qの振り返り

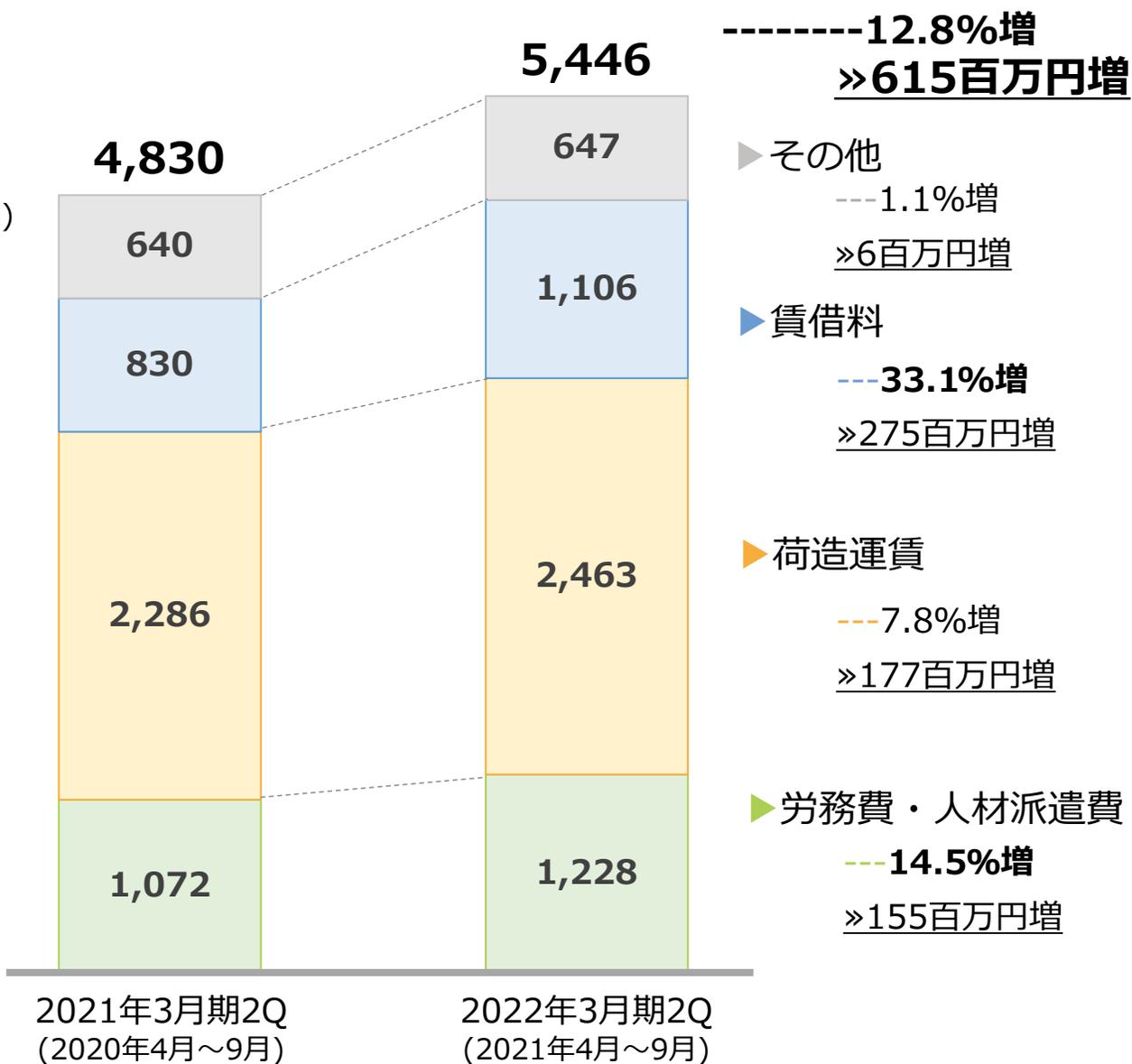
- 売上高は、新規顧客の獲得は概ね計画通りであったが、既存顧客の出荷数量が当初想定を下回り、YonY 4.2億円増。
- 利益面に関しては、売上高が想定を下回ったことにより、埼玉草加FCの新規開設費用と賃借料、およびこれに伴う人件費等の増加を吸収できず、営業利益、経常利益、四半期純利益は当初想定を下回り、マイナス幅が拡大。

損益計算書 (2021年4月～9月)

| (単位：百万円) | 2021年3月期 2Q累計実績 | 2022年3月期 2Q累計実績 | 前期対比 増減額 | 前期対比 |
|---------------|--------------------|--------------------|-------------|--------|
| 売上高 | 5,302 | 5,724 | +422 | +8.0% |
| 売上原価 | 4,830 | 5,446 | +615 | +12.7% |
| 売上総利益 | 471 | 278 | △192 | △40.9% |
| 販売管理費 | 279 | 378 | +99 | +35.6% |
| 営業利益 | 191 | △100 | △292 | — |
| 経常利益 | 192 | △94 | △287 | — |
| 四半期純利益 | 119 | △168 | △288 | — |

※2021年3月期2Qの各数値については監査法人の四半期レビューを受けておりません。

(単位：百万円)



▶ 労務費・人材派遣費

新規顧客の立ち上げ準備に伴う
人員増加（派遣スタッフ）

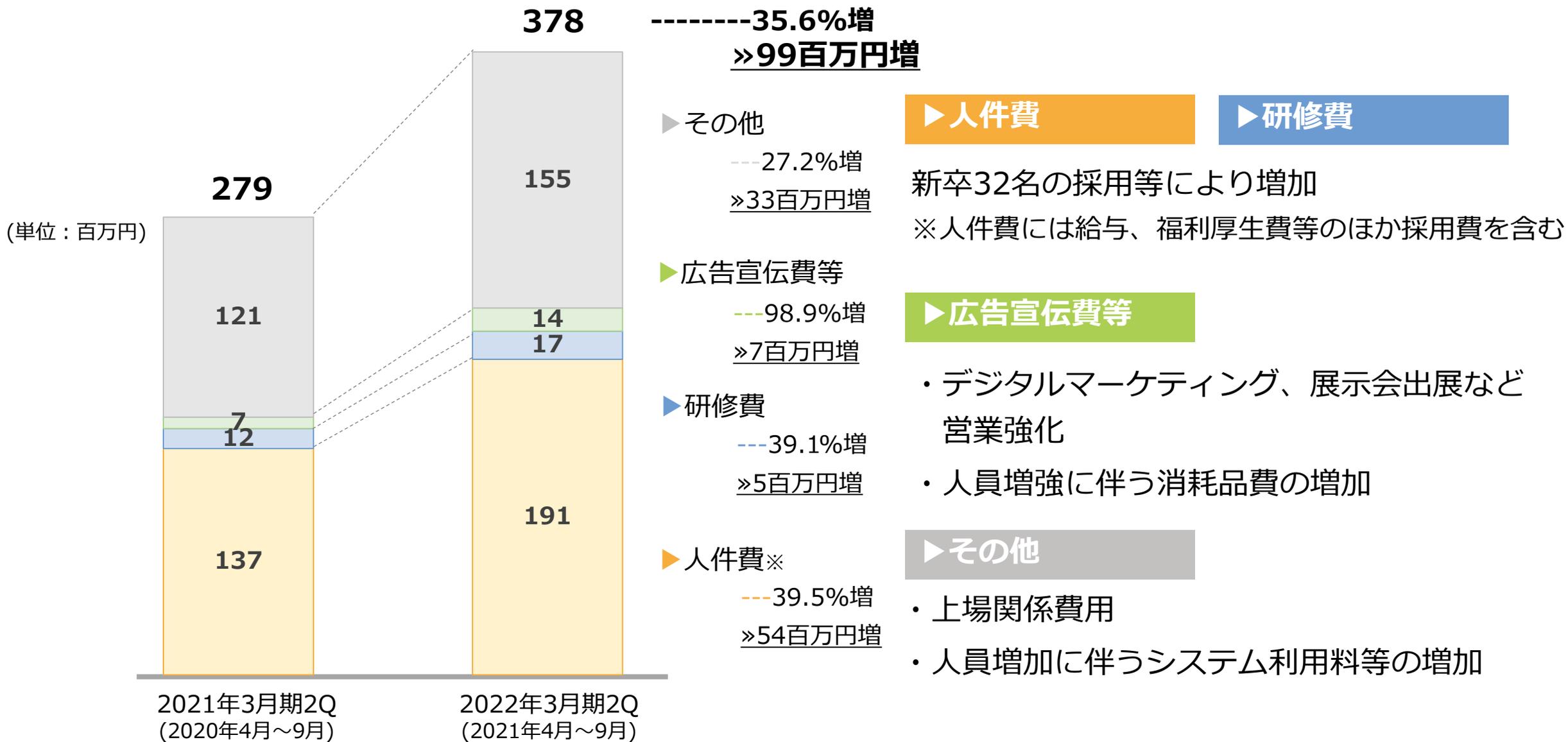
▶ 賃借料

習志野FC開設(2021年1月)、
埼玉草加FC開設(2021年6月)により
約2.7億円増加

▶ 荷造運賃

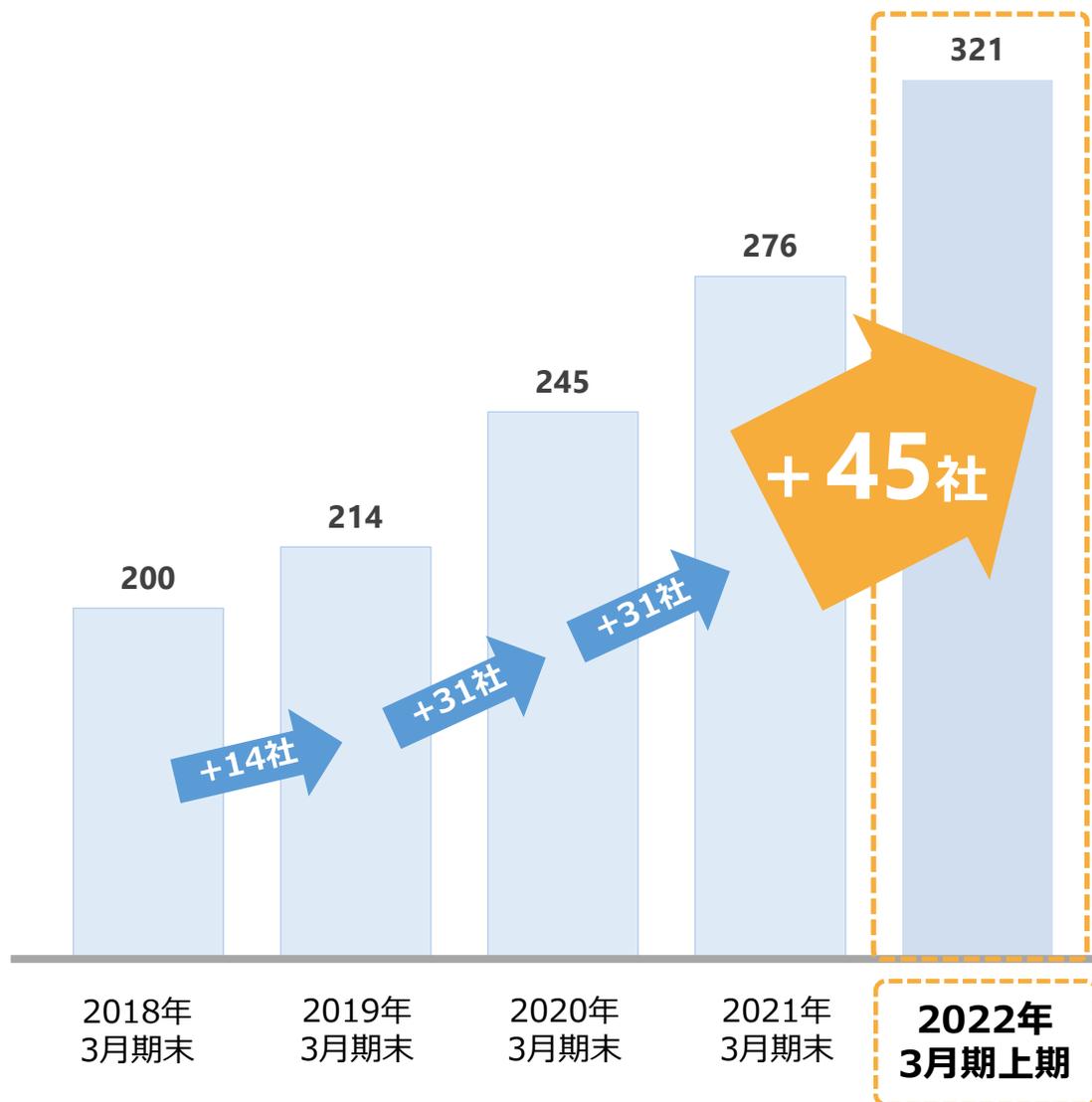
出荷量拡大により増加

販売費及び一般管理費の主な内訳



貸借対照表 (2021年4月～9月)

| (単位：百万円) | 2021年3月期 実績 | 2022年3月期 2Q累計実績 | 前期末対比 増減 | 主な増減内容 |
|-----------------|----------------|--------------------|-------------|----------------------------|
| 資産合計 | 5,016 | 4,997 | △18 | |
| 流動資産 | 3,459 | 3,333 | △125 | 現金及び預金の減少 |
| 固定資産 | 1,557 | 1,663 | +106 | 差入保証金の増加 |
| 負債合計 | 2,959 | 3,061 | +101 | |
| 流動負債 | 2,314 | 2,346 | +32 | 未払金の増加 未払法人税等、未払消費税等の減少 |
| 固定負債 | 645 | 714 | +69 | 長期借入金の増加 |
| 純資産合計 | 2,057 | 1,936 | △120 | 資本金及び資本剰余金の増加 利益剰余金の減少 |
| 負債・純資産合計 | 5,016 | 4,997 | △18 | |
| 有利子負債比率 | 28.0% | 37.0% | +9.0pt | |
| 自己資本比率 | 41.0% | 38.7% | △2.2pt | |



食品、健康食品・サプリ、化粧品・美容、
アパレル、玩具、グッズなど、様々な商品
の物流代行を受託

上期のみで

45社増

(注)フルフィルメントサービスのみ。期間限定のスポット契約を除く。

2. 2022年3月期 通期業績予想

2022年3月期 通期業績予想修正の要因分析

第2四半期累計期間までの業績や足もとの動向などを踏まえ、前回公表値から見直し

| | 2021年3月期 実績 | 2022年3月期 | | 前期比 | |
|-------------------------|----------------|----------|-----------------------|---------|-------|
| | | 今回見直し | 前回見直し (2021年5月14日) | 増減額 | 増減率 |
| (単位：百万円) | | | | | |
| 売上高 | 10,696 | 11,720 | 13,575 | +1,023 | +9.6% |
| 営業利益 | 238 | △292 | 323 | △531 | — |
| 経常利益 | 241 | △286 | 325 | △527 | — |
| 当期純利益 | 151 | △368 | 197 | △520 | — |
| EPS (1株当たり当期純利益) | 53.80 | △106.5 | 57.60 | △160.34 | — |

■ 売上高

既存顧客の出荷数量の伸長は前期と同水準で推移するとの前提で計画しておりました。新規顧客の獲得は概ね計画通りの見込みであるものの、長引く新型コロナウイルス感染症の影響により一部の既存顧客において出荷数量は当初の前提よりも下回り、出荷作業料収入が減少しております。加えて家庭内で快適に過ごすための商品を取り扱う一部の顧客において、緊急事態宣言解除を見込んだ巣ごもり需要の反動減が2021年8月より見られたことにより、売上高につきましては11,720百万円（前期比9.6%増）となる見込みとなりました。

■ 利益面

売上高が前回公表数値を下回る見込みであることから、2021年6月の埼玉草加フルフィルメントセンターの新規開設費用と賃借料及びこれに伴う人件費等の増加を吸収できず、営業利益、経常利益、当期純利益は当初予想を下回る見込みとなりました。

固定費が高い



収益構造改革

「筋肉質へ」

高付加価値サービスの提供

運営代行サービスをはじめとした高付加価値サービスを提供する。

賃借率の向上

ネステナー等を活用し、それにより空いたスペースを転貸等に活用する。

生産性の向上

自動化設備の導入するなど、生産性の向上により人員配置の最適化を図る。

高付加
価値
サービス

賃借率
向上

生産性
向上

利益増

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 | 186名（平均臨時雇用者：781名）※2021年9月30日現在 |
| 資本金 | 521,556,000円 |
| 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5F |
| 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JASDAQ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） |

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、

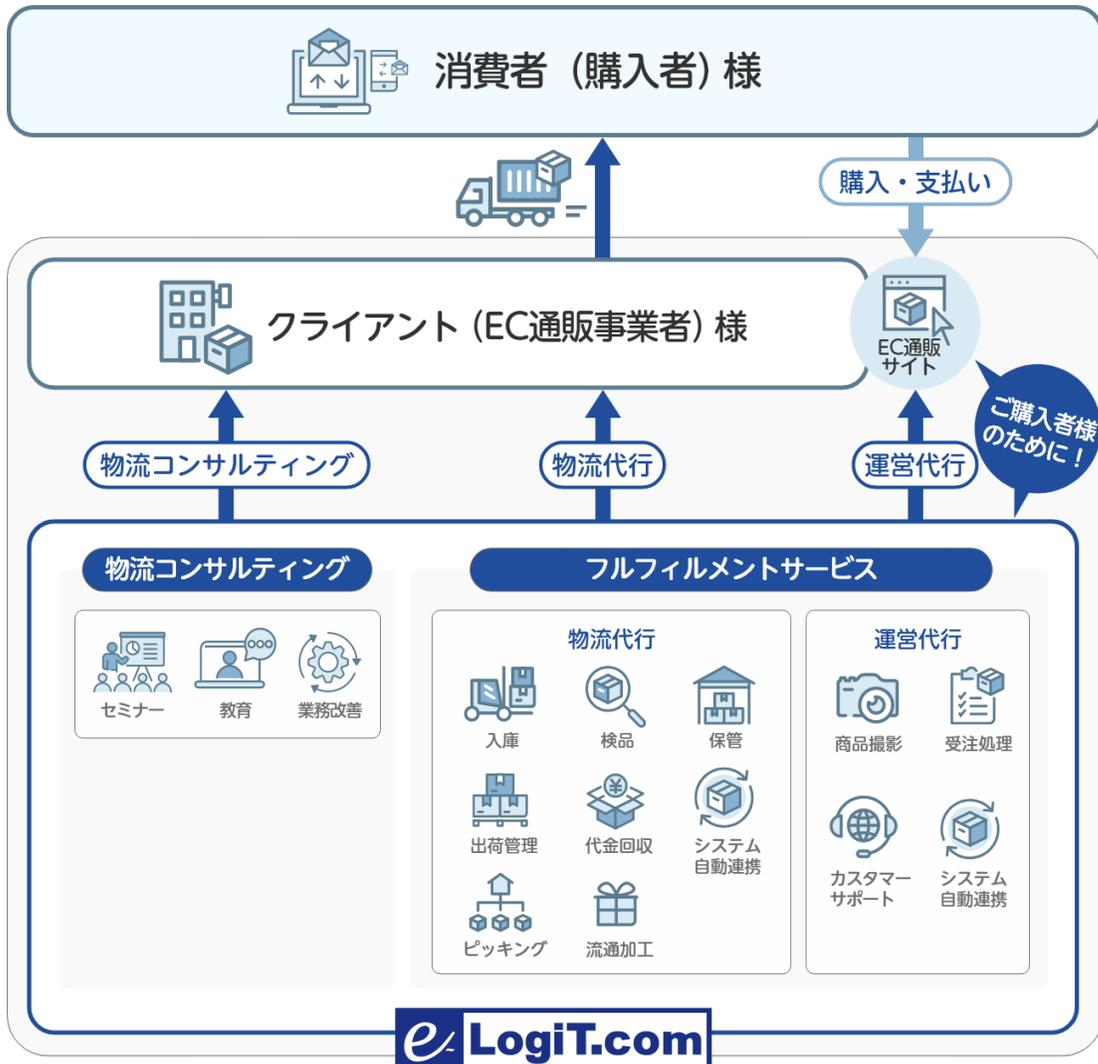
高付加価値を実現する、**「感動創造」No.1企業**をめざす！

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



2020年2月、当社は創立20周年を迎えました。社員と家族のねぎらい、モチベーションの向上、理念の原点回帰などを目的として、2020年2月15日に記念パーティーを開催しました。



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

当社の特徴 1 大型の物流センターをドミナント展開

総延床面積**45,300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



大阪FC
(2019年4月/6,400坪)



埼玉FC
(2014年10月/8,900坪)



埼玉草加FC
(2021年6月/7,400坪)



足立FC
(2019年4月/8,400坪)



東京FC
(2010年10月/2,600坪)



習志野FC
(2021年1月/4,700坪)

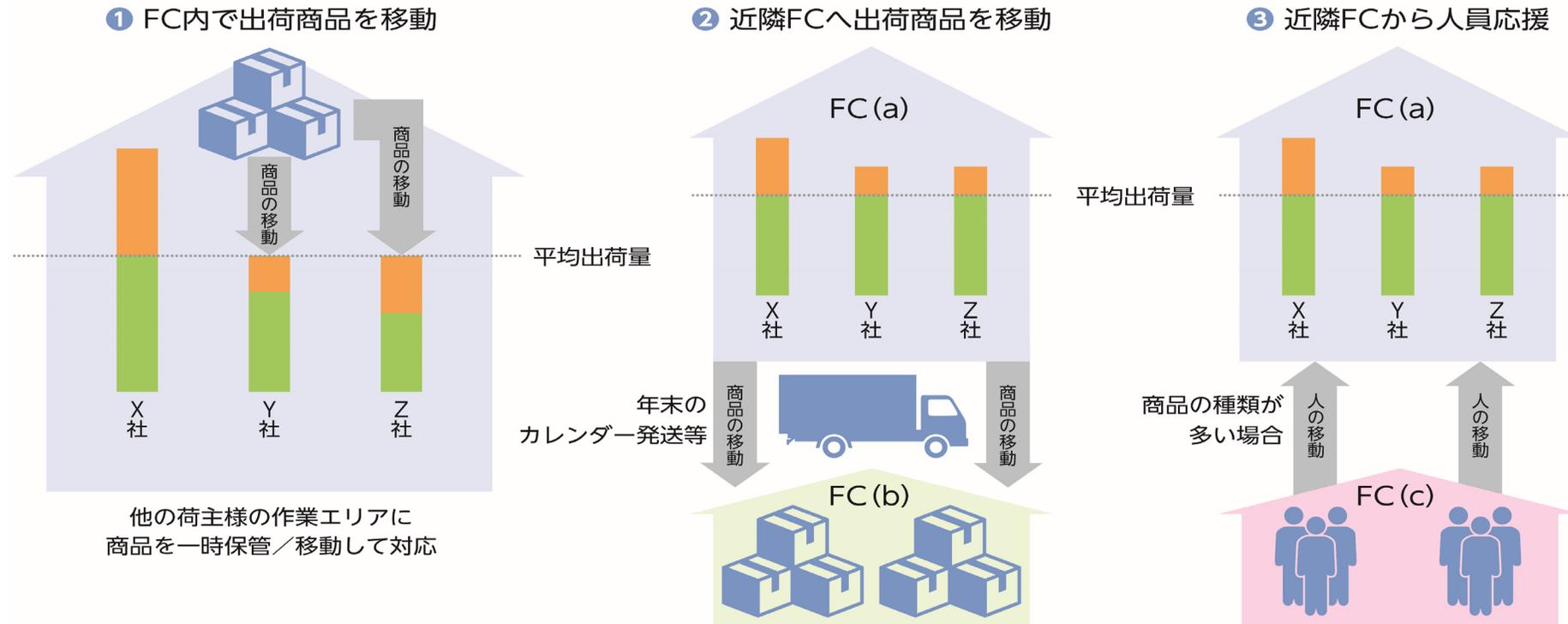


三郷FC
(2017年11月/6,800坪)

※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。

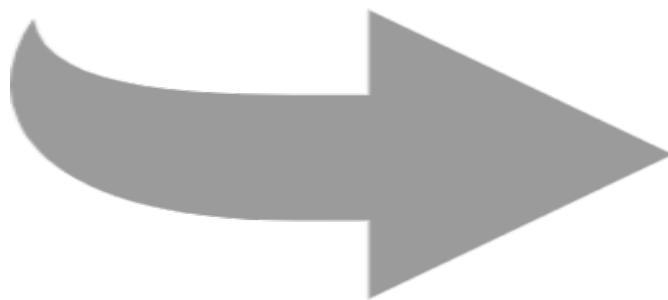
他社は、すべての会社と同じオペレーションを適用

※ 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 | ○ | ◆ | □■ | ◎ | ▽ |

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

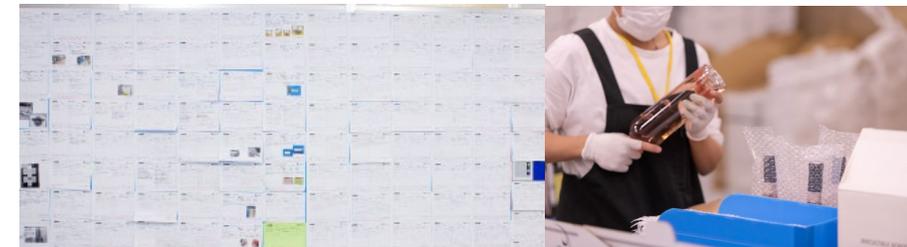
**現場実務・
物流コンサルティング**
と、スパイラルに
ノウハウを深耕

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。

〈方針〉 トップラインの高い成長

BtoC-EC市場は更なる拡大見通しのなか、当社は持続的成長のための投資フェーズと捉え、引き続き拡大するEC需要に対応するとともに、新規FCの開設や人材育成・採用等、先行投資を機動的に実施します。

継続施策

現場力の強化

- ・ 大卒を中心とした新卒採用と教育プログラムの策定
- ・ リーダーの経営力アップ

営業力の強化

- ・ 新規FCの開設
→2021年6月埼玉草加FC開設
- ・ PULL型営業に加えPUSH型営業の更なる強化
- ・ FC 1坪当たり売上高の更なる拡大
2021年3月期の2.3万円/月坪→3.3万円/月坪まで上昇余力がある
(3.3万円/月坪は2019年3月期の実績値)

既存顧客の売上アップ

- ・ FCのドミナント展開による波動対応力の更なる強化
- ・ 運営代行サービスの拡充による顧客満足度の向上
- ・ カスタマージャーニーのブラッシュアップ

顧客ニーズに応える3つの軸を強化し、**増収増益を目指します**

● バリューチェーン展開

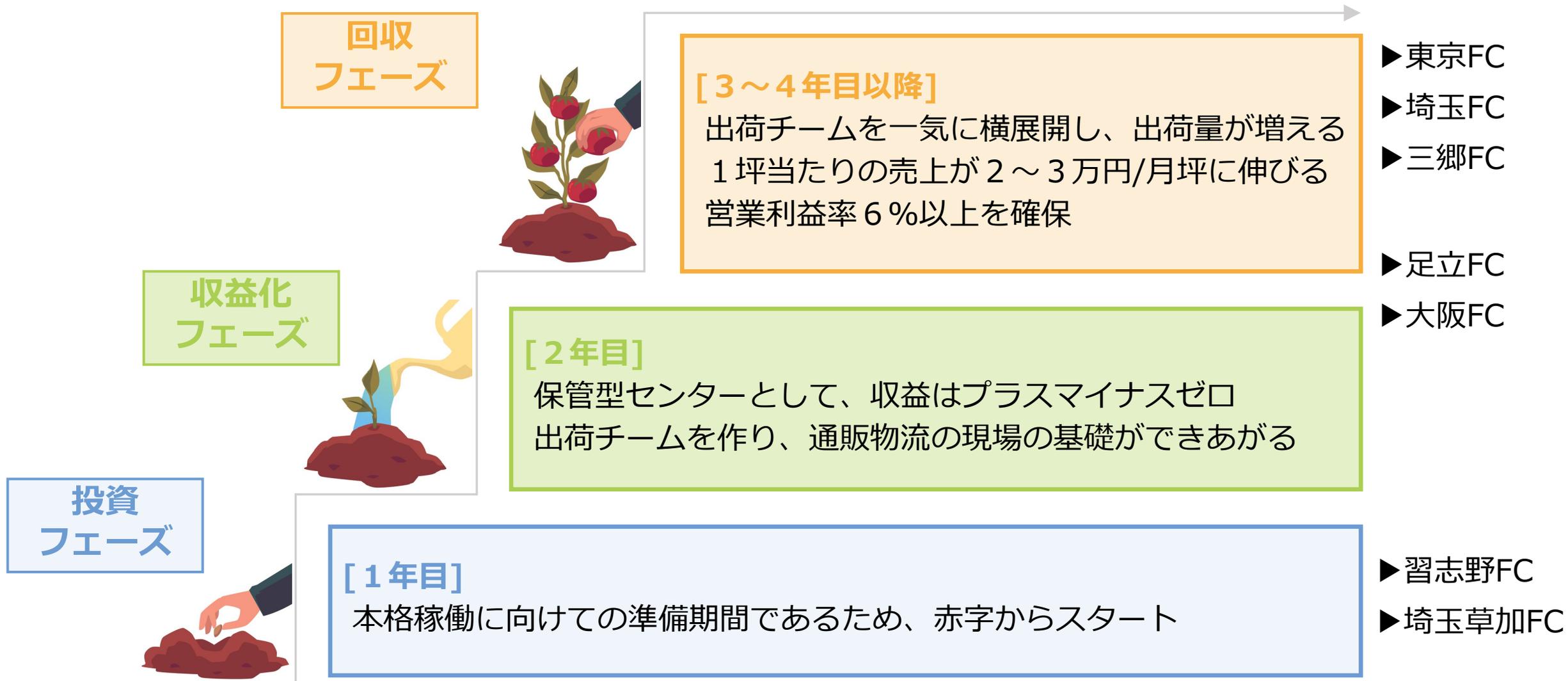
フルフィルメントの前工程(WEBマーケティングなど)と後工程(再購入プロモーション)をカバーし、通販事業者が意識するカスタマージャーニーを向上させるソリューションを提供

● 対象顧客・エリアの拡大

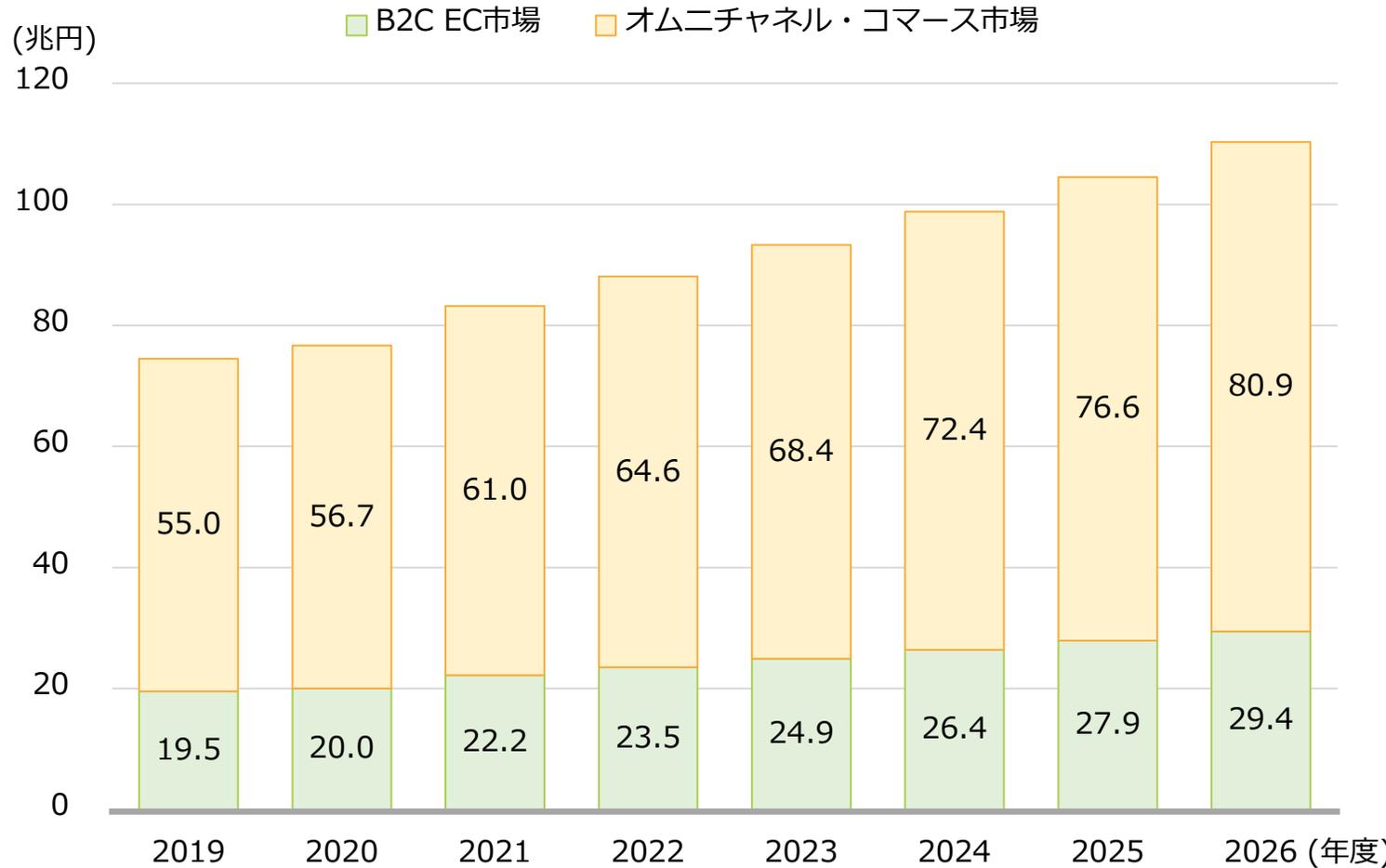
- ・ D2Cなどの有望市場を中心にサービスを拡充し、新規顧客を継続的に獲得
- ・ 成長著しいASEAN地域など海外展開も視野

● FCの開設と進化

- ・ 新規顧客の獲得と既存顧客の出荷量拡大に対応するため、新規FCを開設
- ・ 顧客ニーズに合わせてFC運営を進化
- ・ FC運営の効率化と生産性向上



日本におけるオムニチャネルコマース市場、B2C EC市場の市場規模予測



2020年度
EC市場 20兆円



2026年度
EC市場 30兆円

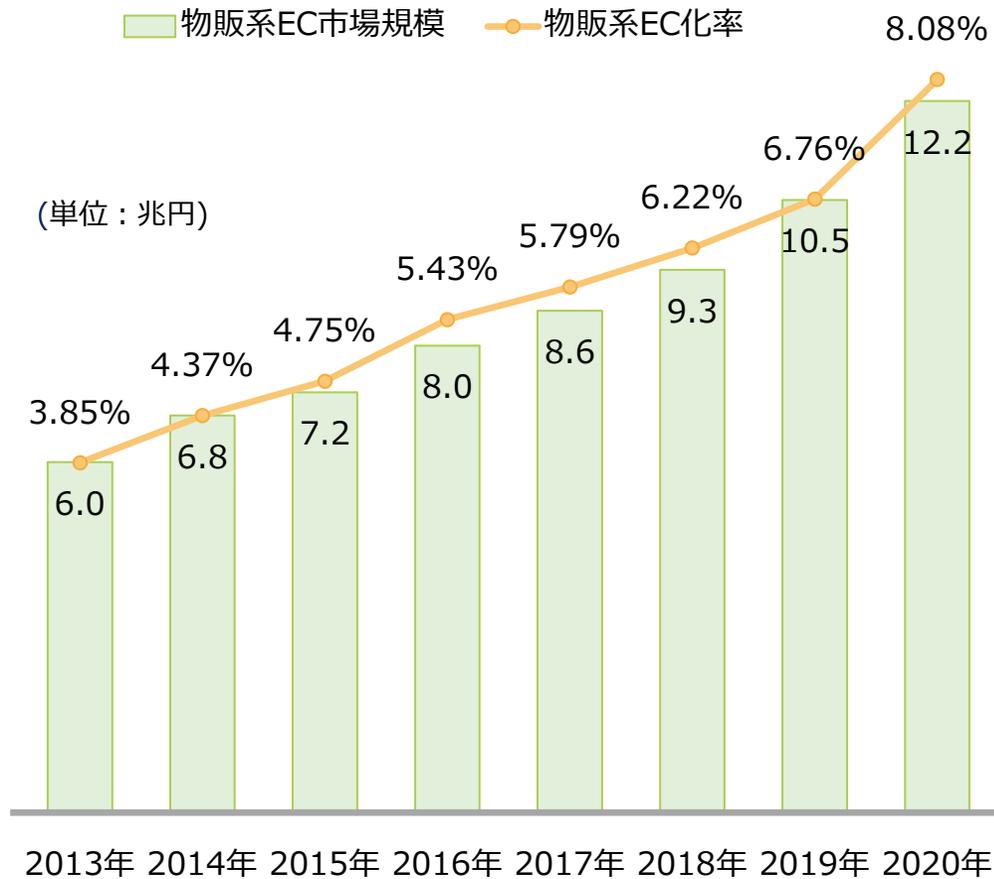
+

オムニチャネル
コマース市場 81兆円

111兆円

(出典：(株)野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」を基に当社作成)

日本のBtoC-EC市場における物販系分野の規模の推移



(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)

- ◆ 国内のBtoC-EC市場における物販系分野は、2020年は12兆2,333億円(前年比21.71%増)となり、物販系EC化率は8.08%(前年比1.32pt増)と拡大しました。
- ◆ 個人の消費行動の大きな変化に伴う巣ごもり消費の影響もあり、大幅に拡大しました。
- ◆ 当社の主たる顧客である通販事業者が属する物販系EC市場は、今後も引き続き拡大すると予想されています。

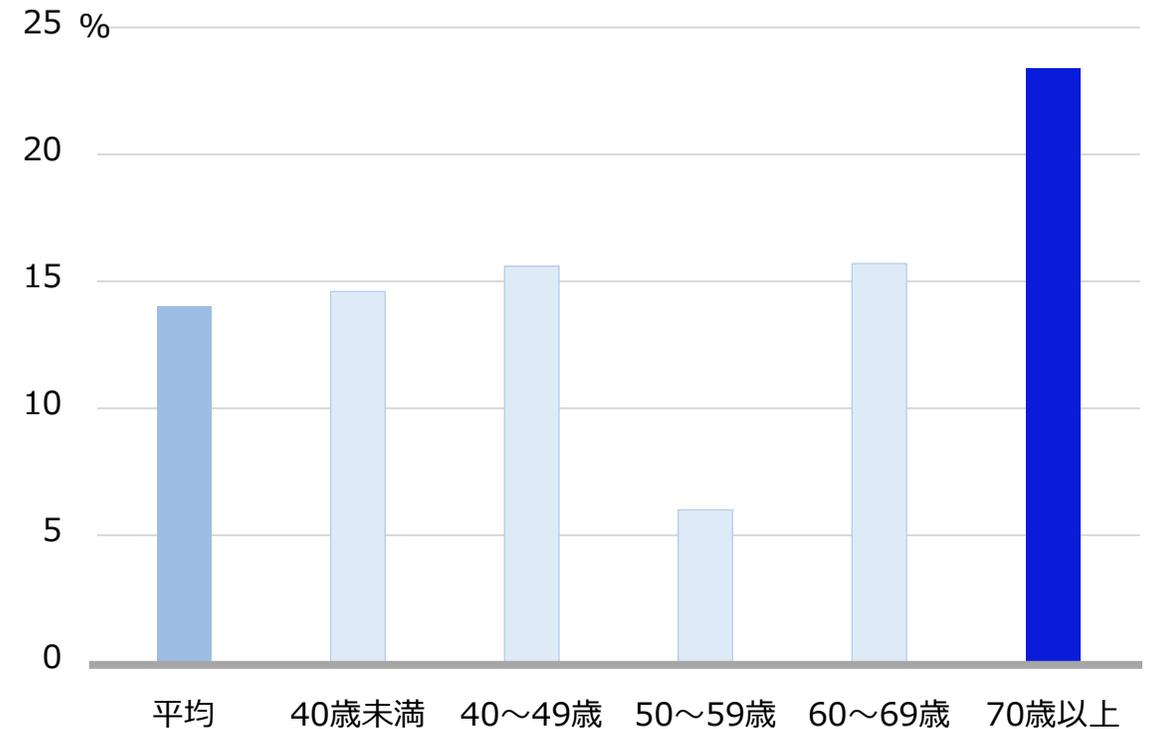
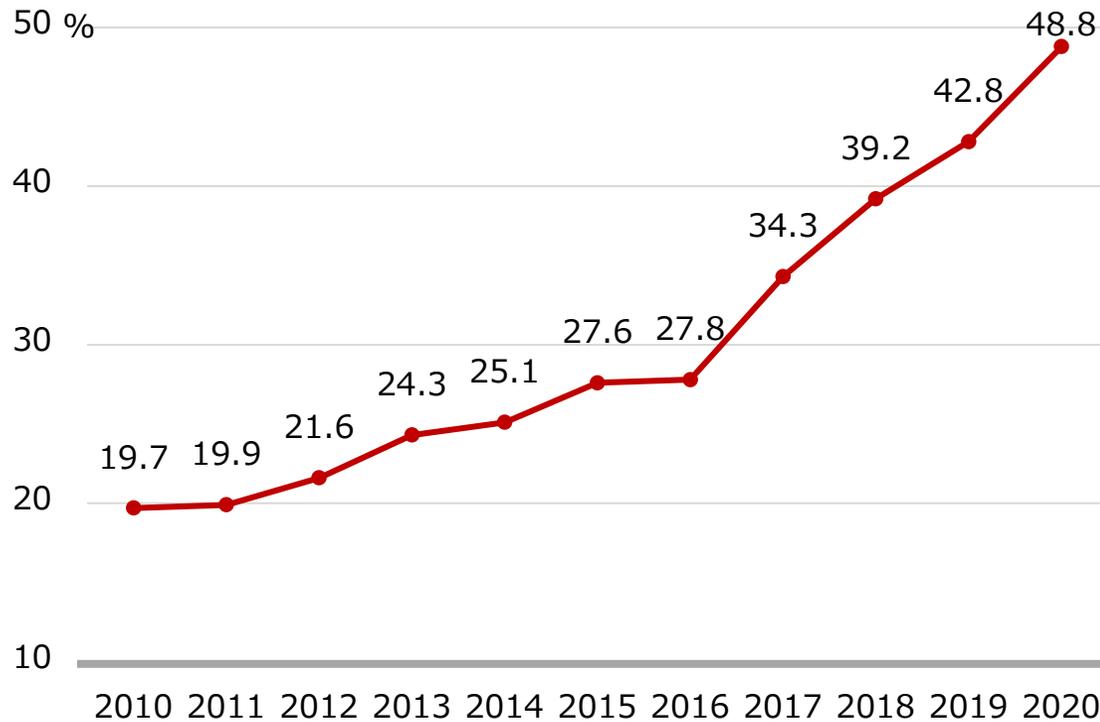
※EC化率とは、商取引市場規模に対する、電子商取引市場規模の割合を指します。

ネットショッピング利用世帯割合の推移 (二人以上の世帯)

世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率 (二人以上の世帯) - 2020年

コロナ禍でネットショッピングの利用が大きく伸びる

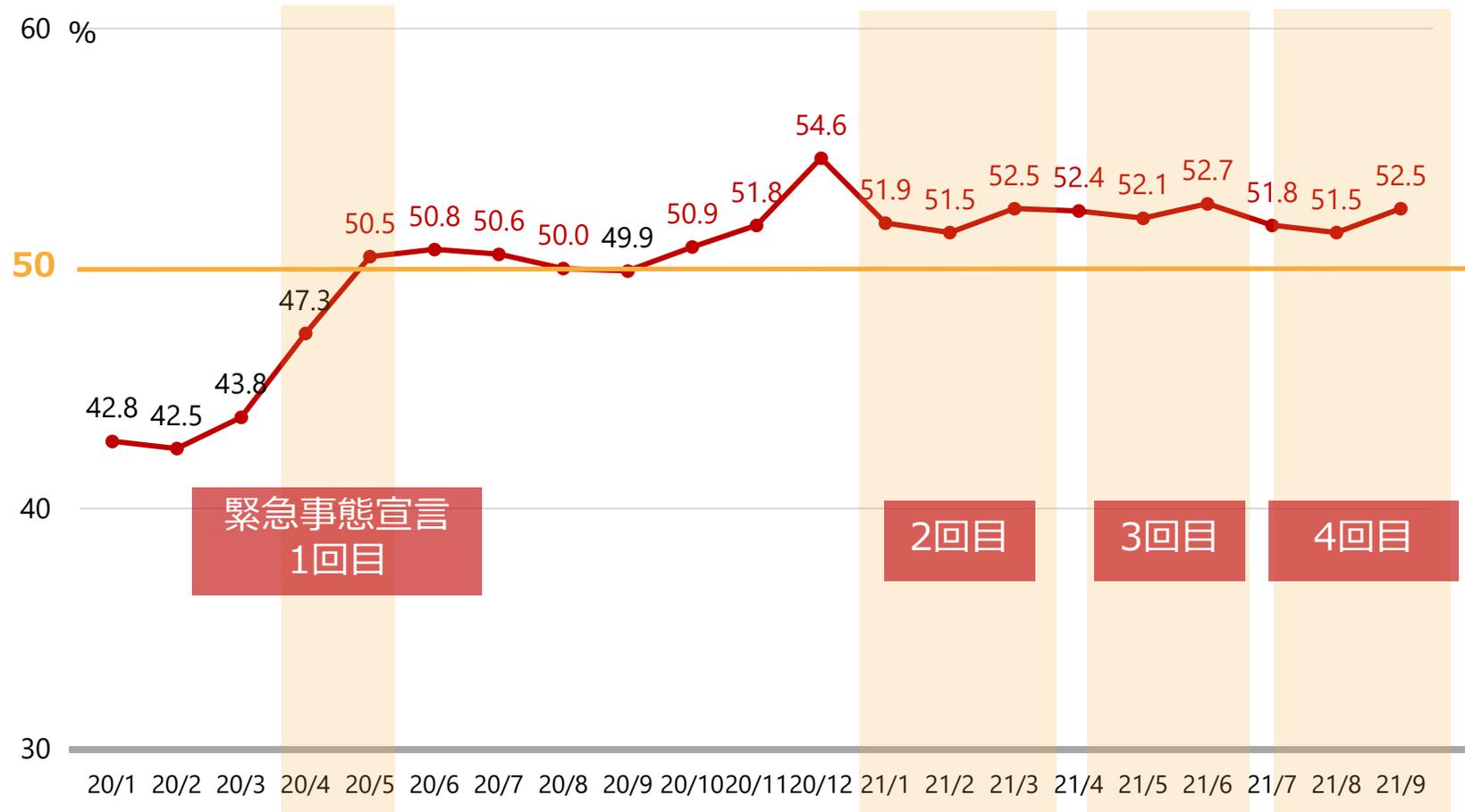
70歳以上でもネットショッピングの利用が伸びている



(出典：総務省「家計消費状況調査」を基に当社作成)

ネットショッピング利用世帯割合の推移 (二人以上の世帯)

1回目の緊急事態宣言解除後も高水準を維持しており、一過性の事象ではないことが見て取れる



(出典：総務省「家計消費状況調査」を基に当社作成)

【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

コーポレート管理部 経営企画課 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。