

2023年3月期  
第1四半期  
決算説明資料

—2022年8月19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、会社を設立した2000年から、

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. 2023年3月期 第1四半期 決算概要
2. 今期・来期以降の計画と施策
3. APPENDIX (参考資料)

# 1. 2023年3月期 第1四半期 決算概要

---



- 前年同期比13.8%増収、各段階利益は営業利益・経常利益・四半期純利益とも増益
- 新規顧客の獲得と稼働が概ね計画通り推移
- Vプランの取り組みにより利益体質へ改善

売上高

**32.06億円**

前年同期比 +13.8%

営業利益

**9百万円**

前年同期は△41百万円

経常利益

**14百万円**

前年同期は△39百万円

四半期  
純利益

**8百万円**

前年同期は△27百万円

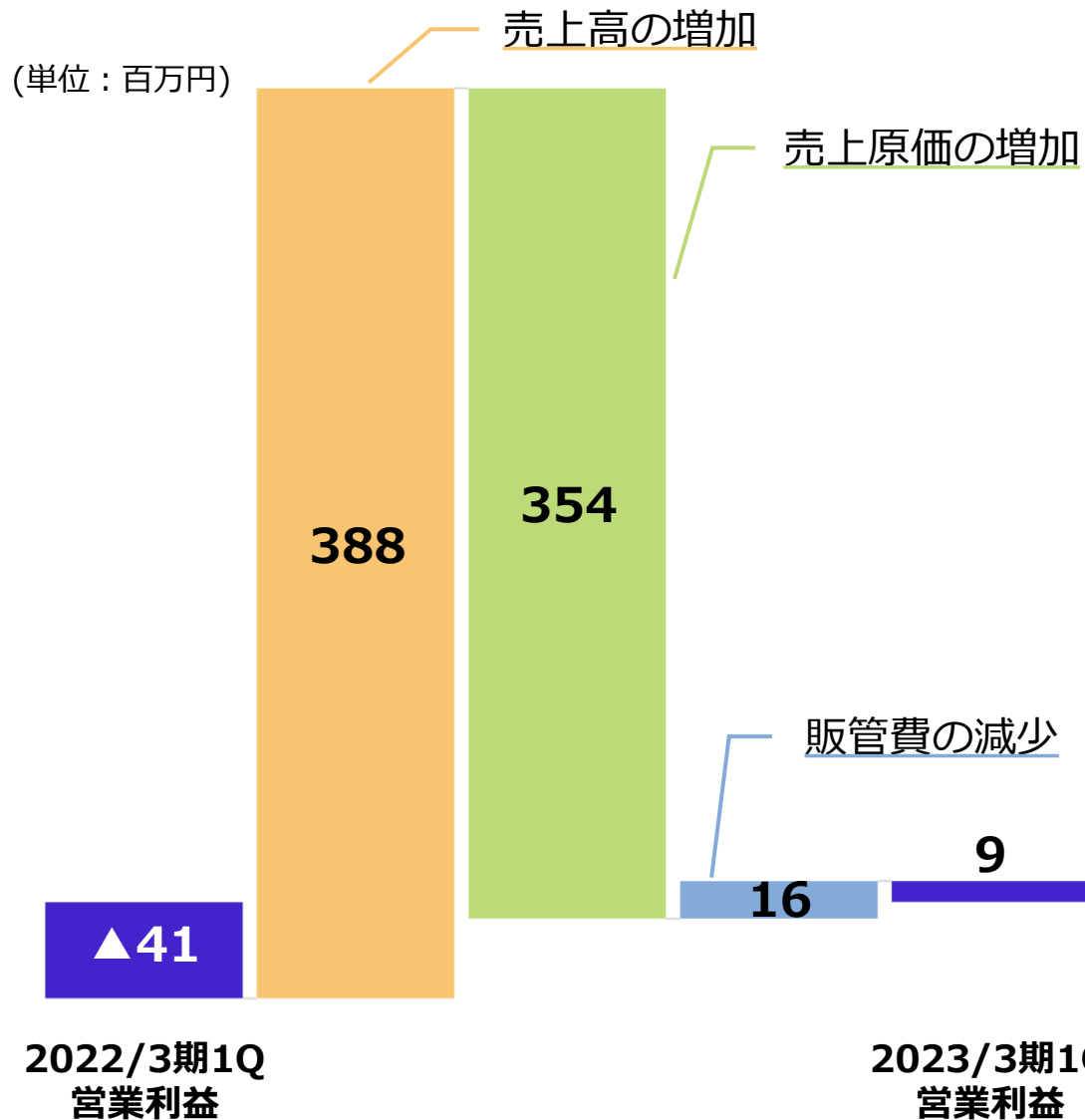
## 1Qの振り返り

- 売上高は、新規顧客の獲得と稼働が概ね計画通り推移したことなどから、前期1Qに比べ3.8億円増収。
- 利益面は、増収効果に加え、Vプランの取り組みによる粗利率の向上、新規顧客の稼働準備に伴う費用の増加抑制に努めたことなどから、営業利益・経常利益・四半期純利益とも増益。

## 前期1Q対比で3.8億円の増収

各段階利益は、営業利益・経常利益・四半期純利益とも増益で着地

(単位：百万円)	2022年3月期 1Q実績	2023年3月期 1Q実績	前期1Q対比	
			増減額	増減率
<b>売上高</b>	<b>2,817</b>	<b>3,206</b>	<b>+388</b>	<b>+13.8%</b>
売上原価	2,653	3,008	+354	+13.4%
売上総利益	163	198	+34	+21.0%
販売管理費	205	189	△16	△8.1%
<b>営業利益</b>	<b>△41</b>	<b>9</b>	<b>+51</b>	—
<b>経常利益</b>	<b>△39</b>	<b>14</b>	<b>+54</b>	—
<b>四半期純利益</b>	<b>△27</b>	<b>8</b>	<b>+36</b>	—



(単位：百万円)

主な要因	前期1Q対比		対売上高比率※
	増減額	増減率	
売上高の増加	+388	+13.8%	100.0
売上原価の増加	+354	+13.4%	93.8 △0.4
埼玉草加FCの新規開設に伴う賃借料の増加	+166	+32.2%	21.3 +3.0
出荷量の増加に伴う荷造運賃の増加	+140	+11.7%	41.9 △0.8
新規顧客の稼働準備に伴う費用の増加	+49	+7.7%	21.7 △1.2
販管費の減少	△16	△8.1%	5.9 △1.4

※対売上高比率の下段は前期1Q対比(%)



## 財務基盤は引き続き健全な状態を維持

(単位：百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 1Q実績	前期末対比 増減額	主な増減要因
<b>資産合計</b>	<b>5,239</b>	<b>5,182</b>	<b>△56</b>	
流動資産	3,519	3,494	△24	売掛金の増加 現金及び預金の減少
固定資産	1,720	1,687	△32	貸倒懸念債権等の減少
<b>負債合計</b>	<b>3,472</b>	<b>3,397</b>	<b>△74</b>	
流動負債	2,762	2,723	△38	賞与引当金の増加 未払金の減少
固定負債	709	673	△36	長期借入金等の減少
<b>純資産合計</b>	<b>1,767</b>	<b>1,784</b>	<b>+17</b>	利益剰余金等の増加
<b>負債・純資産合計</b>	<b>5,239</b>	<b>5,182</b>	<b>△56</b>	
有利子負債比率	41.1%	38.7%	△2.4pt	
自己資本比率	33.7%	34.4%	+0.7pt	

## 2. 今期・来期以降の計画と施策

---

通期予想は据え置きとし、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、通期経常利益1億円超を目指します。

(単位：百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	前期対比	
			増減額	増減率
売上高	12,208	<b>13,342</b>	+1,133	+9.3%
売上総利益	571	<b>892</b>	+321	+56.2%
営業利益	△195	<b>101</b>	+296	—
経常利益	△190	<b>102</b>	+292	—
当期純利益	△342	<b>71</b>	+413	—
1株当たり当期純利益	△98.80	<b>20.41</b>	—	—

## 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

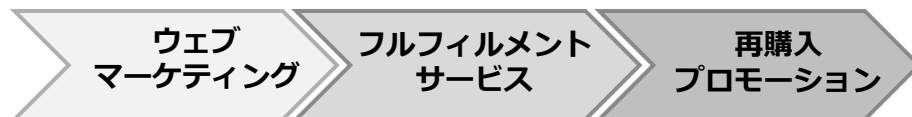


賃借率向上



## ▶ 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



## コストコでEC事業の急成長を牽引した谷辻昌也氏が常務執行役員COOに就任しました



**谷辻 昌也 氏**

### 【コメント】

2年以上に渡るコロナ禍の影響で、日本市場におけるBtoC物販系分野のEC化比率は、コロナ禍以前と比較し増加傾向にありますが、経産省の調査によると2020年で全体としてまだ8%強に留まっています。実際には、多くのメーカー様や小売事業者様がオンラインでの売上比率の向上を目指しておりますが、リアル店舗での販売をメインの商流としていた事業者様にとって、ECウェブサイト、フルフィルメント、カスタマーサポートという必要な機能の全てを自前で構築するのは容易ではありません。私は、実際に事業者側において自社単独でのEC事業の立ち上げを通じて、その悩みや生みの苦しみを経験しました。

私は事業者側での自らの経験を活かして、EC事業のフルフィルメントアウトソーシングに強みを持つイー・ロジットのビジネスモデルに磨きをかけることにより、顧客企業様のEC事業の構築と運営における負担を軽減し、顧客企業様の成功・発展に貢献していきたいと考えております。ぜひ、これからのイー・ロジットの更なる成長にご期待ください。



### 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CEO 角井 亮一
従業員数	207名（平均臨時雇用者：767名）※2022年6月30日現在
資本金	525,334,400円 ※2022年6月30日現在
本社所在地	東京都千代田区神田練堀町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CEO

## 角井 亮一

Kakui Ryoichi

### 略 歴

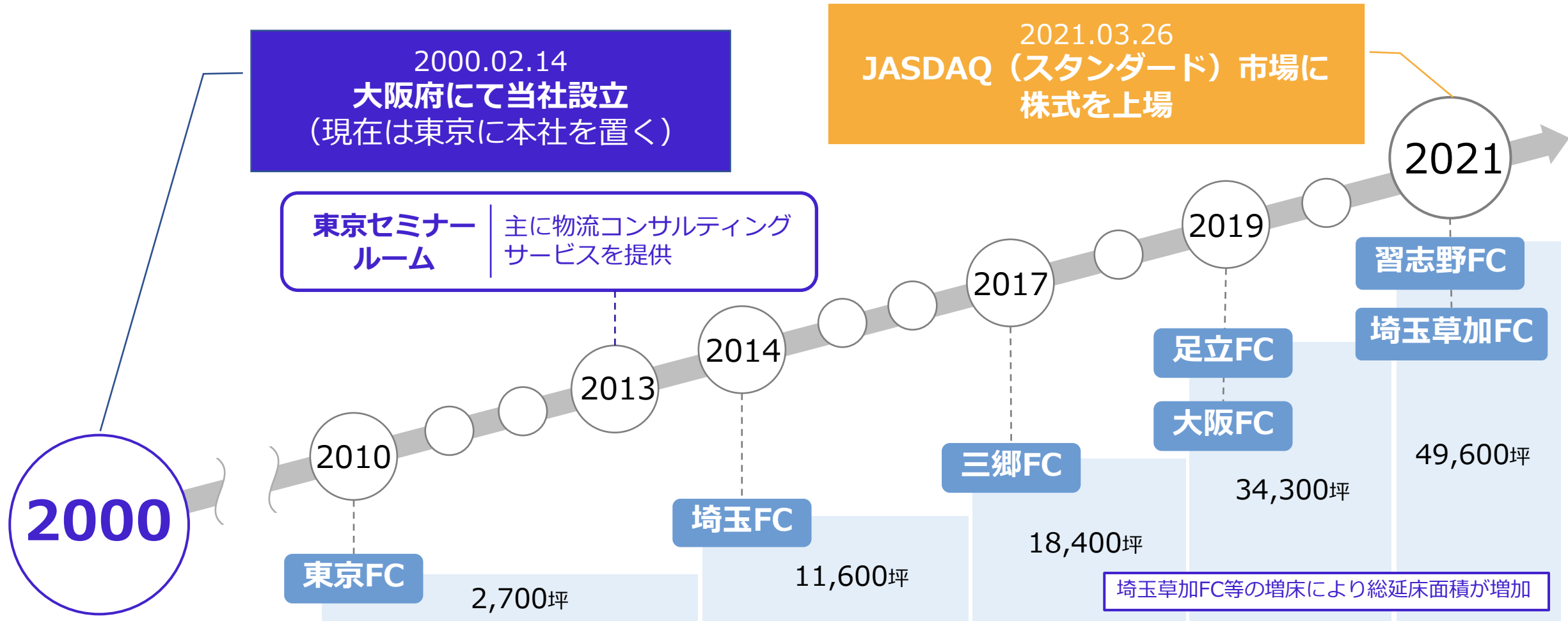
- 1991年3月 上智大学経済学部経済学科卒業
- 1993年6月 ゴールデンゲート大学大学院修了 (MBAマーケティング専攻)
- 1994年4月 (株)船井総合研究所入社
- 1998年3月 光輝物流(株)入社
- 2000年2月 当社設立、代表取締役社長 (現任)
- 2005年9月 日本物流学会理事 (現任)



物流に関する著書出版(日米中韓台越で36冊)や雑誌記事等の執筆監修も多数行っています



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

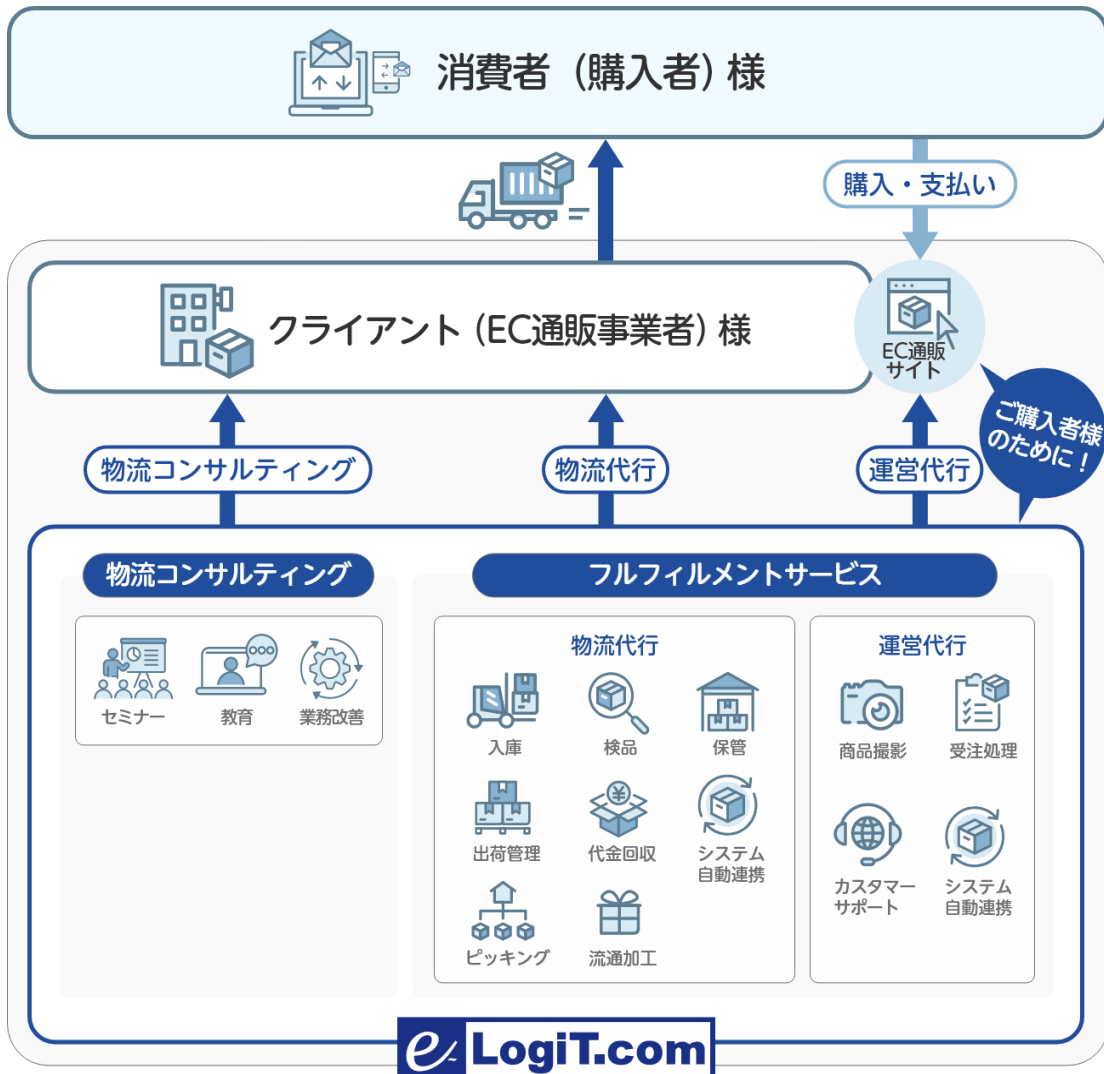
## Mission

- ・ 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



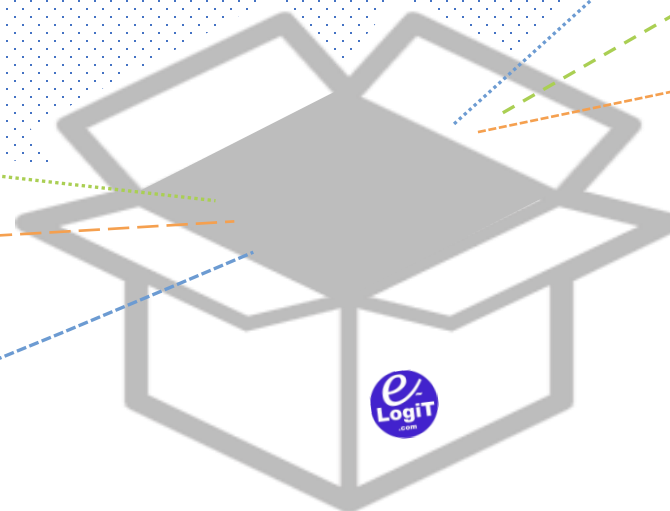
通常、物流はいかにコスト削減できるかがポイントとなりますが、

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

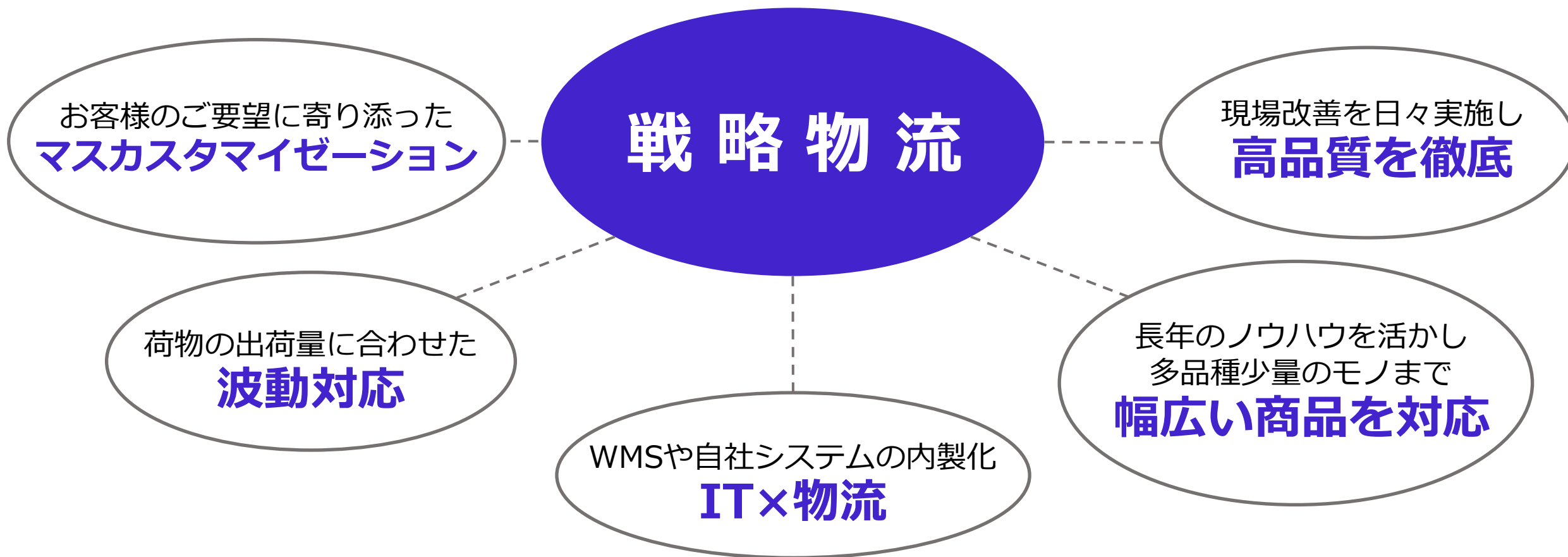
特に **波動対応** と **マスカスタマイゼーション** に

力を入れております。



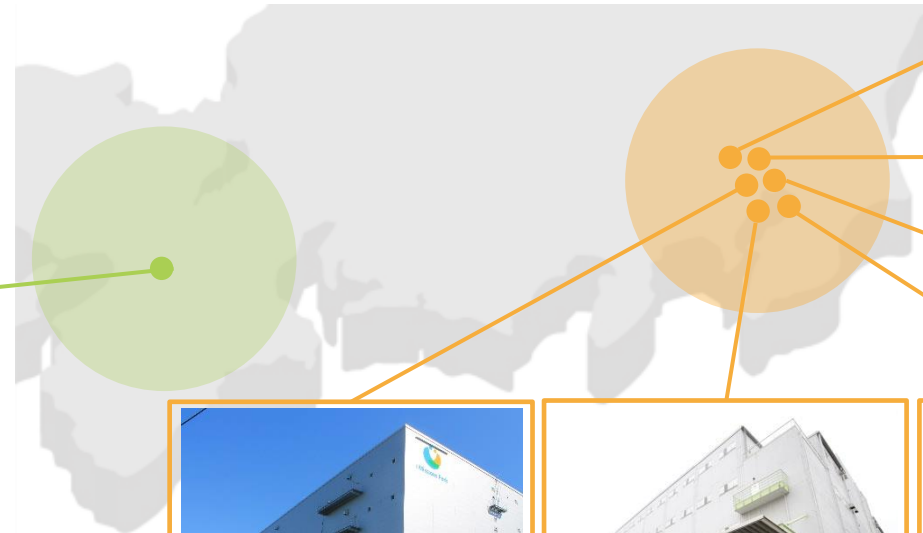
## EC通販物流の売上UPに繋がる物流

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

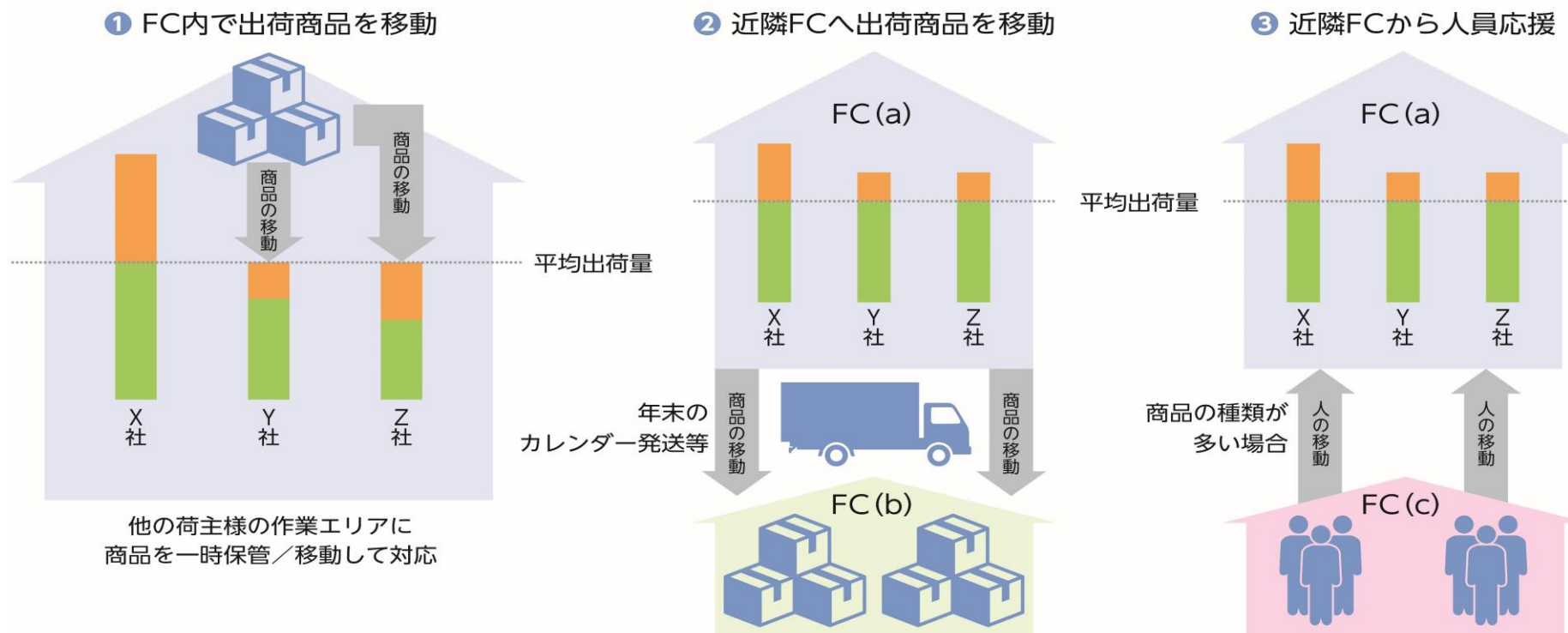
- 当社は5,000坪前後を目安に開設  
他社の通販物流センターは1,000~2,000坪程度が多い
- 関東エリアは近隣のFC間の距離を20km以内に開設するドミナント戦略  
機動的に商品・スタッフを移動し、EC通販事業者様の繁忙の波に対応 (波動対応)
- 関東・関西の2つのエリアでの稼働により、配送コストの削減やリードタイムの短縮を実施



※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。

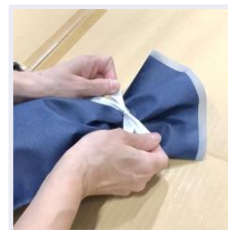
## 特徴 2 マスカスタマイゼーション

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。

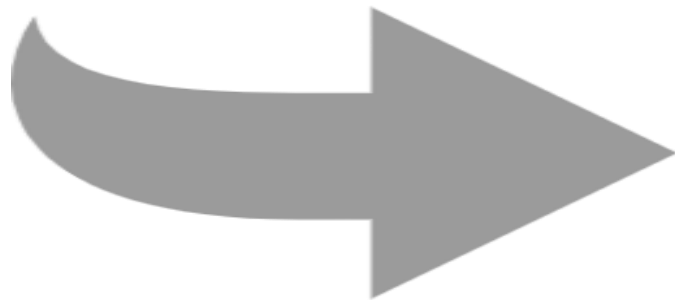
他社は、すべての会社と同じオペレーションを適用

※ 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

- 現場のスタッフが主体的に改善提案を出し、優れた提案は日々の業務に取り入れるとともに表彰する取り組みを実施。
- 「**安全・安心・楽しく・きれいな職場**」を目指して、5S活動(整理・整頓・清掃・清潔・躰)と3S活動(定品・定位置・定量)を実施。
- 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。



※物流センター内の様子

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。

#### 対応可能な商品の一例

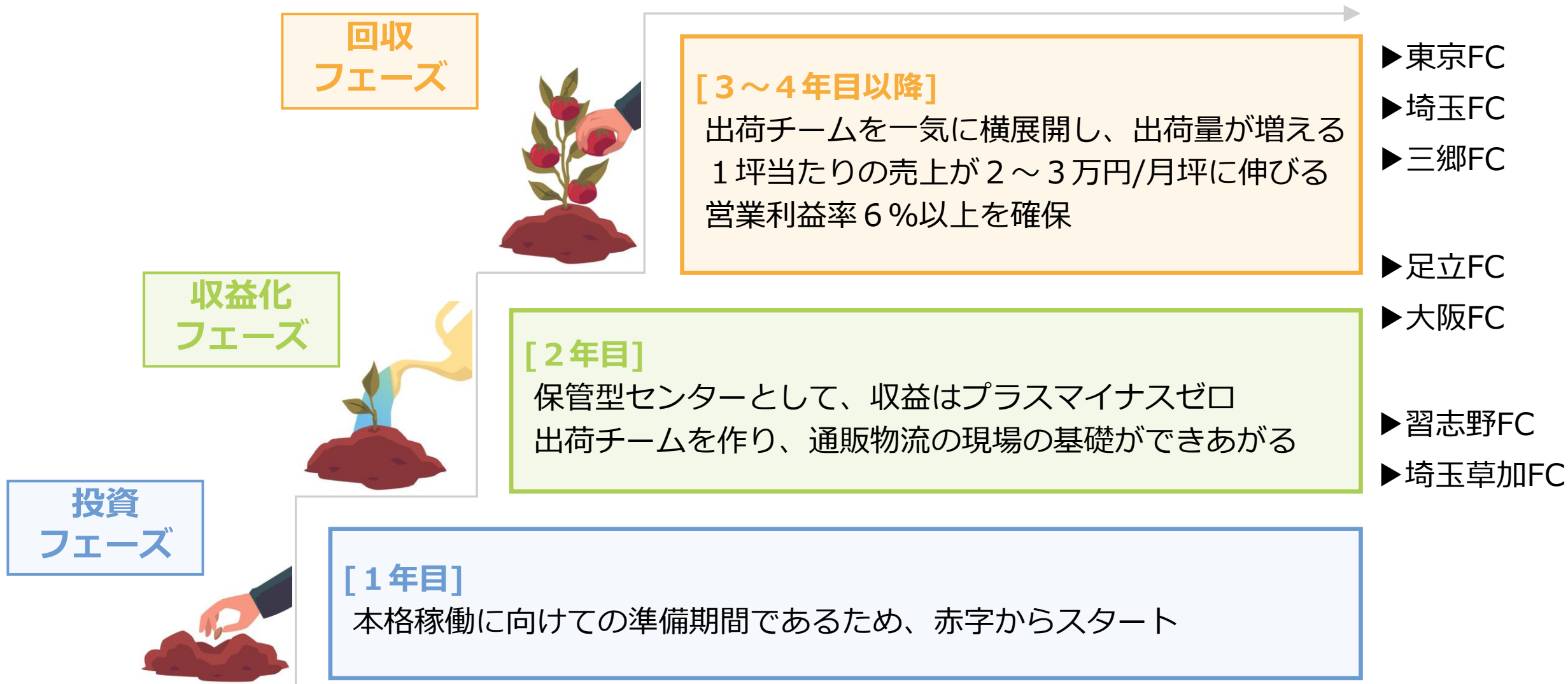
- ・ 冷凍食品
- ・ お酒（日本酒、ワイン等）
- ・ 調味料（味噌、醤油）
- ・ チョコレート
- ・ ハム、ソーセージ

### 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）



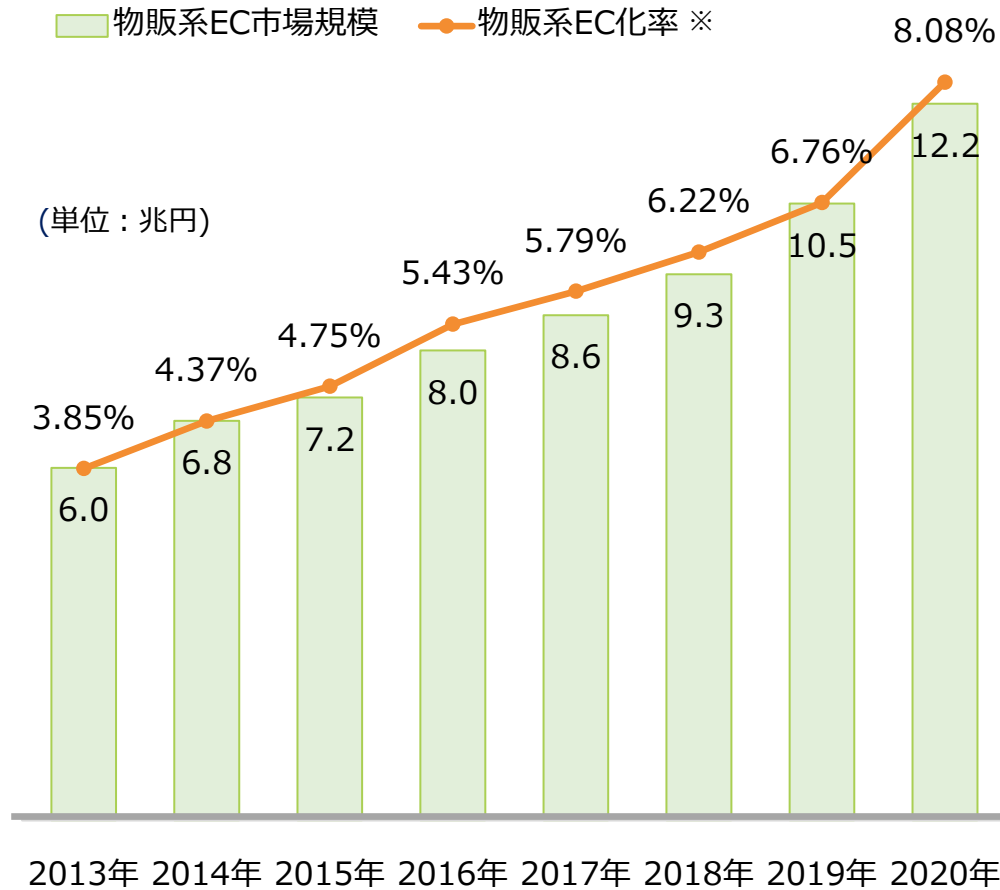




<p>テレビ朝日 『スーパーJチャンネル』</p>	<p>通販業界"戦国時代"倉庫のヒミツを徹底取材！・・・頼んだ商品がすぐ来るワケ。</p>
<p>テレビ朝日 『発進！ミライクリエイター』</p>	<p>アマゾン配送の舞台裏や世界の物流、最先端技術を徹底解剖！ 世界の物流の現場を変えた?!「ミライクリエイター」登場！</p> <p><a href="https://www.e-logit.com/pub/20220413a.html">https://www.e-logit.com/pub/20220413a.html</a></p>
<p>日経MJ</p>	<p>ECの味方は倉庫が違う 在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><a href="https://www.e-logit.com/pub/20220105a.html">https://www.e-logit.com/pub/20220105a.html</a></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><a href="https://www.e-logit.com/pub/202110201.html">https://www.e-logit.com/pub/202110201.html</a></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 data-bbox="810 972 1225 1165" style="text-align: center;"> <p>①</p>  <p><a href="https://www.e-logit.com/pub/20211223a.html">https://www.e-logit.com/pub/20211223a.html</a></p> </div> <div data-bbox="1651 972 2066 1165" style="text-align: center;"> <p>②</p>  <p><a href="https://www.e-logit.com/pub/20211229a.html">https://www.e-logit.com/pub/20211229a.html</a></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

## 国内のBtoC-EC市場における物販系分野の市場規模は、2013年以降拡大し続けている。



- ◆ 国内のBtoC-EC市場における物販系分野は、2016年から5年間の平均成長率(CAGR)は11.2%と伸長しています。
- ◆ スマートフォン等によるキャッシュレス決済の普及・拡大、コロナ禍を契機とした行動変容によるネットショッピング利用者の増加、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。

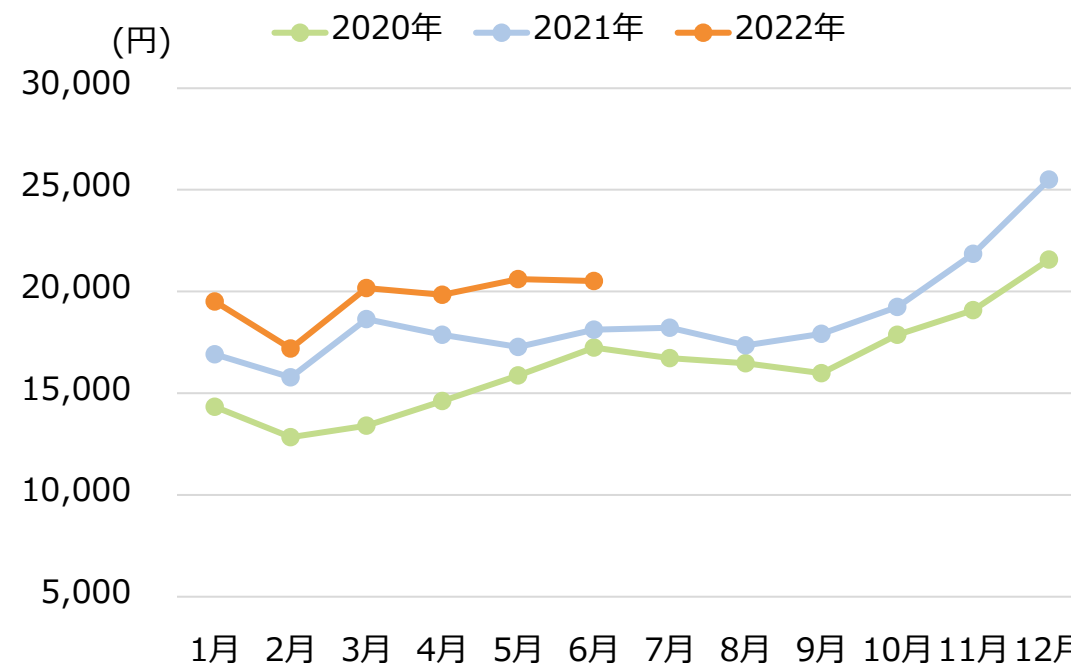
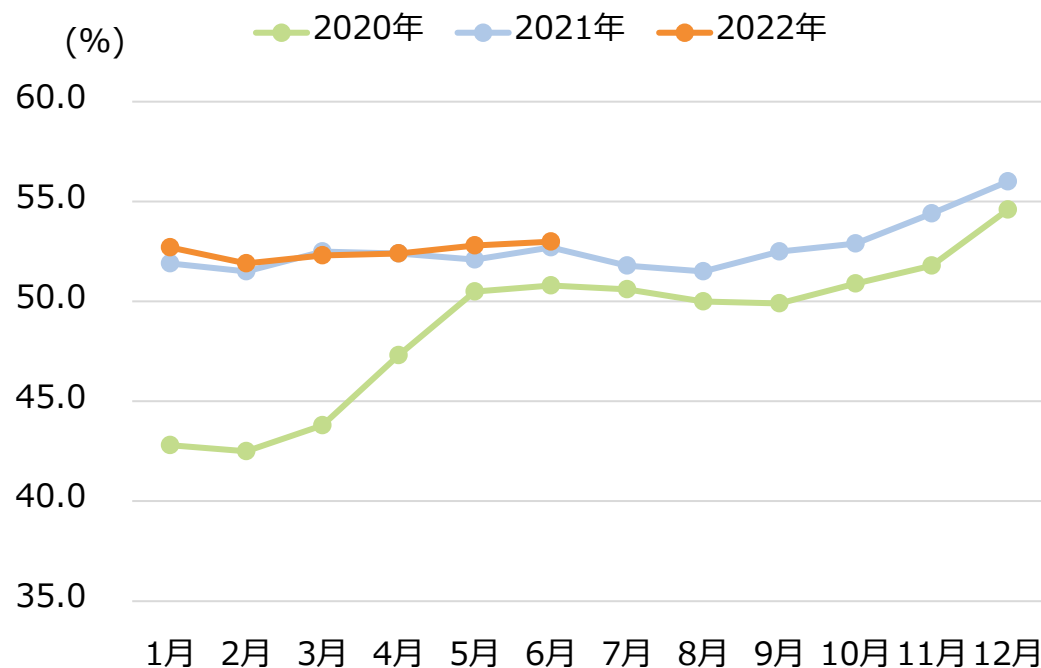
※EC化率とは、商取引市場規模に対する、電子商取引市場規模の割合を指します。

(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利用世帯(二人以上の世帯)の割合は、2020年4月に発出された1回目の緊急事態宣言の解除後も50%超の水準で推移しており、ネットショッピング支出額についても増加傾向で推移していることから、ネットショッピングの利用増加はコロナ禍による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利用世帯割合の推移 (2020~2022年)

■ ネットショッピング支出額の推移 (2020~2022年)



(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

経営企画室 E-mail : [ir@e-logit.com](mailto: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。