

2023年3月期 第2四半期 決算説明資料

—2022年11月14日—



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2四半期 決算概要
2. 2023年3月期 業績予想
3. 来期以降の計画と施策
4. APPENDIX (参考資料)

1. 2023年3月期 第2四半期 決算概要

- 前年同期比で**増収増益**
- 新規顧客の獲得と稼働が**順調に推移**
- Vプランの取り組みにより**利益体質へ改善**

売上高

65.38 億円

前年同期比 +14.2%

営業利益

0.2 百万円

前年同期比 +100百万円

経常利益

6 百万円

前年同期比 +101百万円

四半期
純利益

0.3 百万円

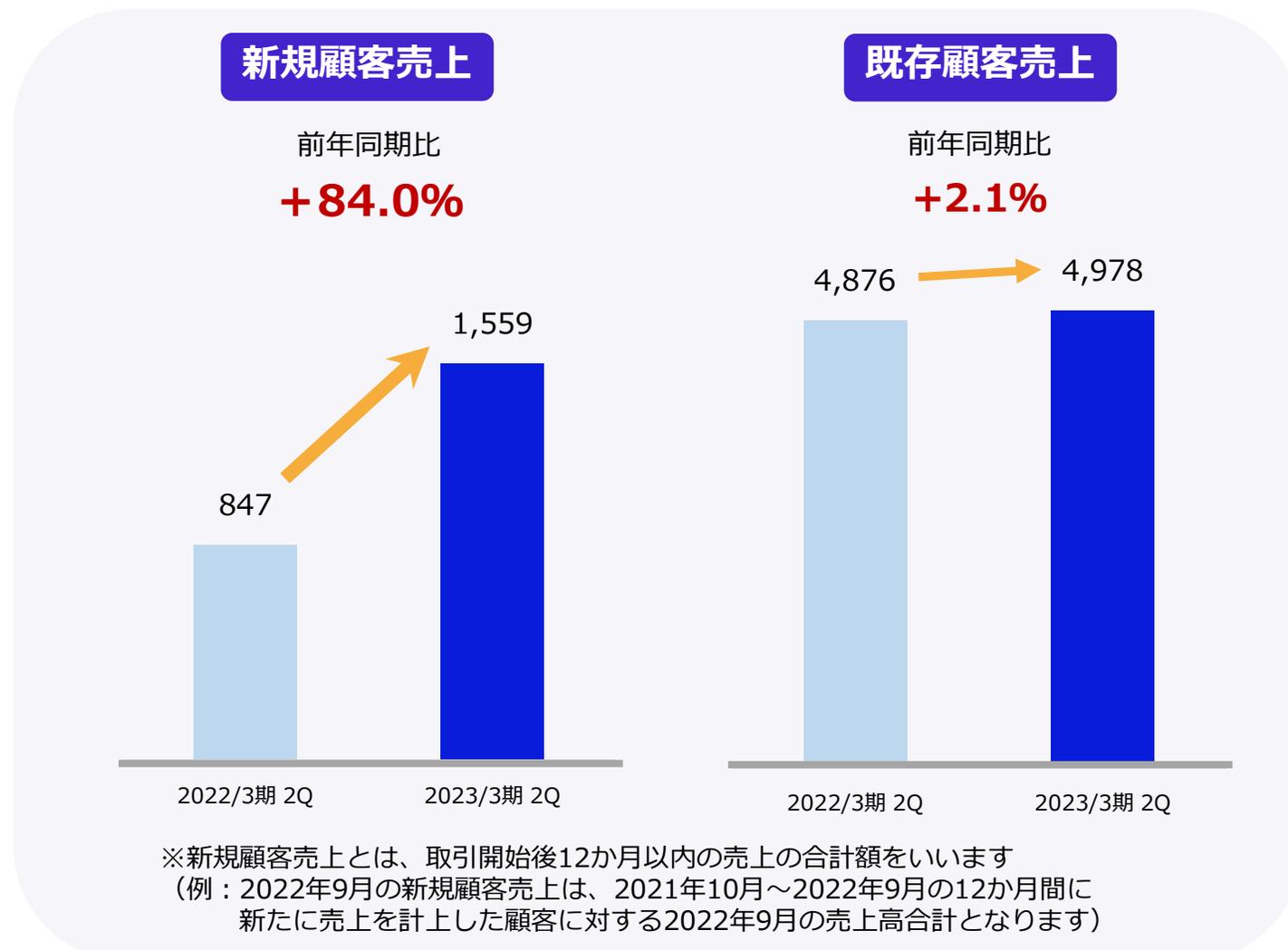
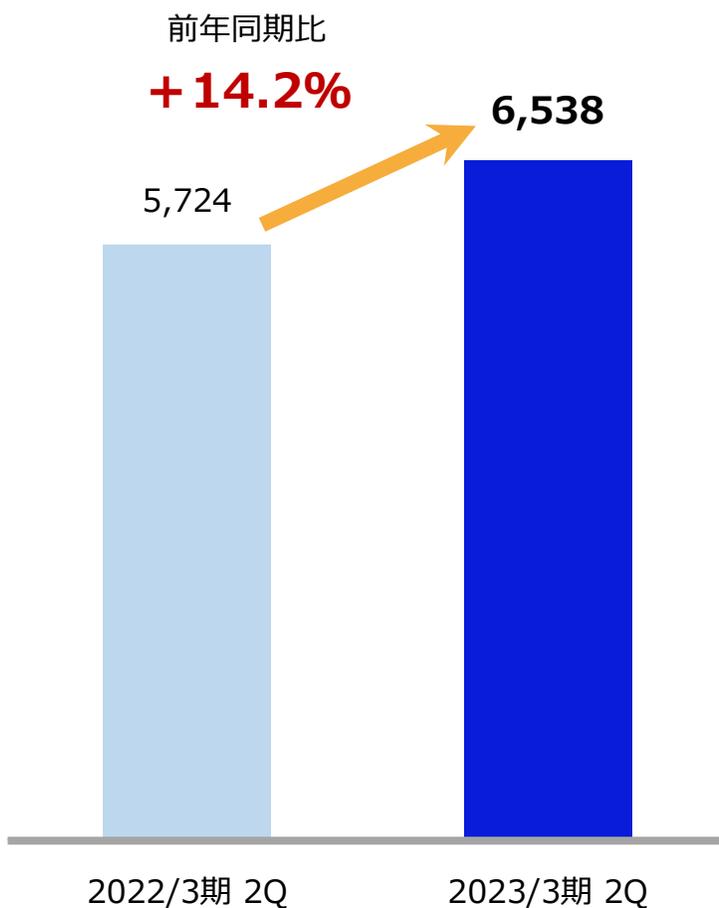
前年同期比 +168百万円

2Q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、前年同期比で814百万円(14.2%)増収
- 利益面は、増収効果に加え、Vプランの取り組みにより粗利率が1.2ポイント改善
- 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により、営業利益・経常利益・四半期純利益ともに増加

新規顧客の獲得および稼働が順調に推移

(単位：百万円)



2022年11月1日、大阪第2フルフィルメントセンターを計画通り開設いたしました

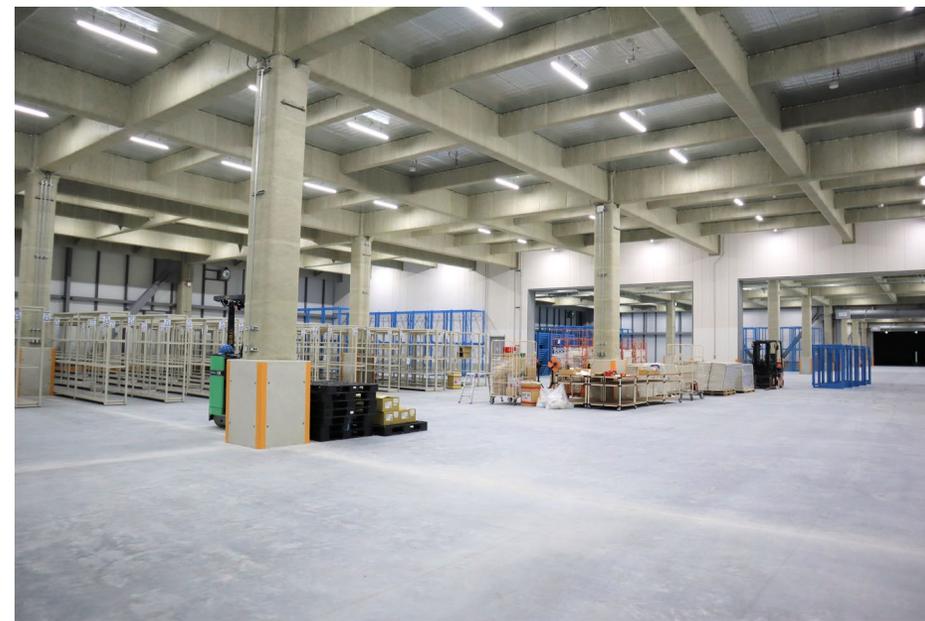
大阪府大阪市に8箇所目となる
延床面積9,400坪 のFCを開設いたしました。
これにより当社FCは
総延床面積59,000坪 となります。



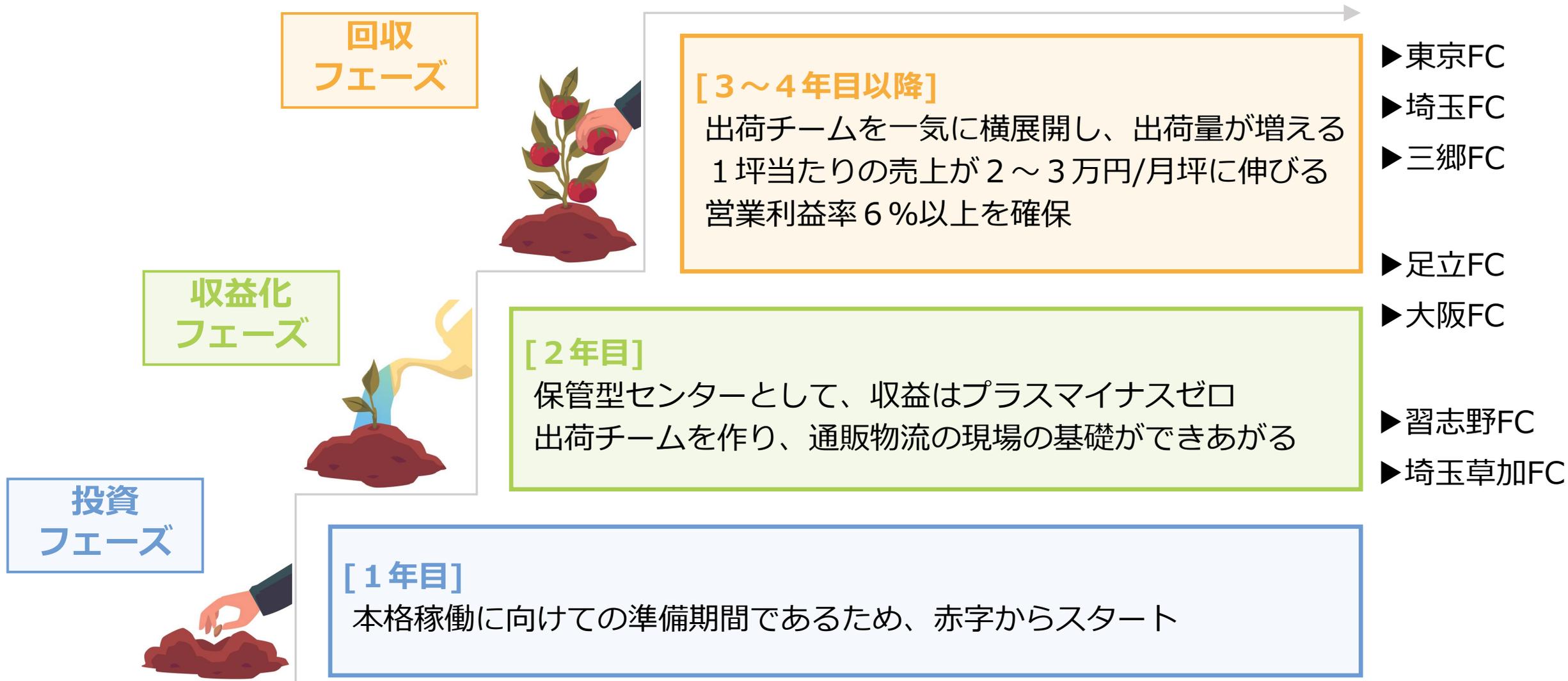
10月5日にプレスリリースを
配信いたしました。
[こちら](#)からご覧ください。



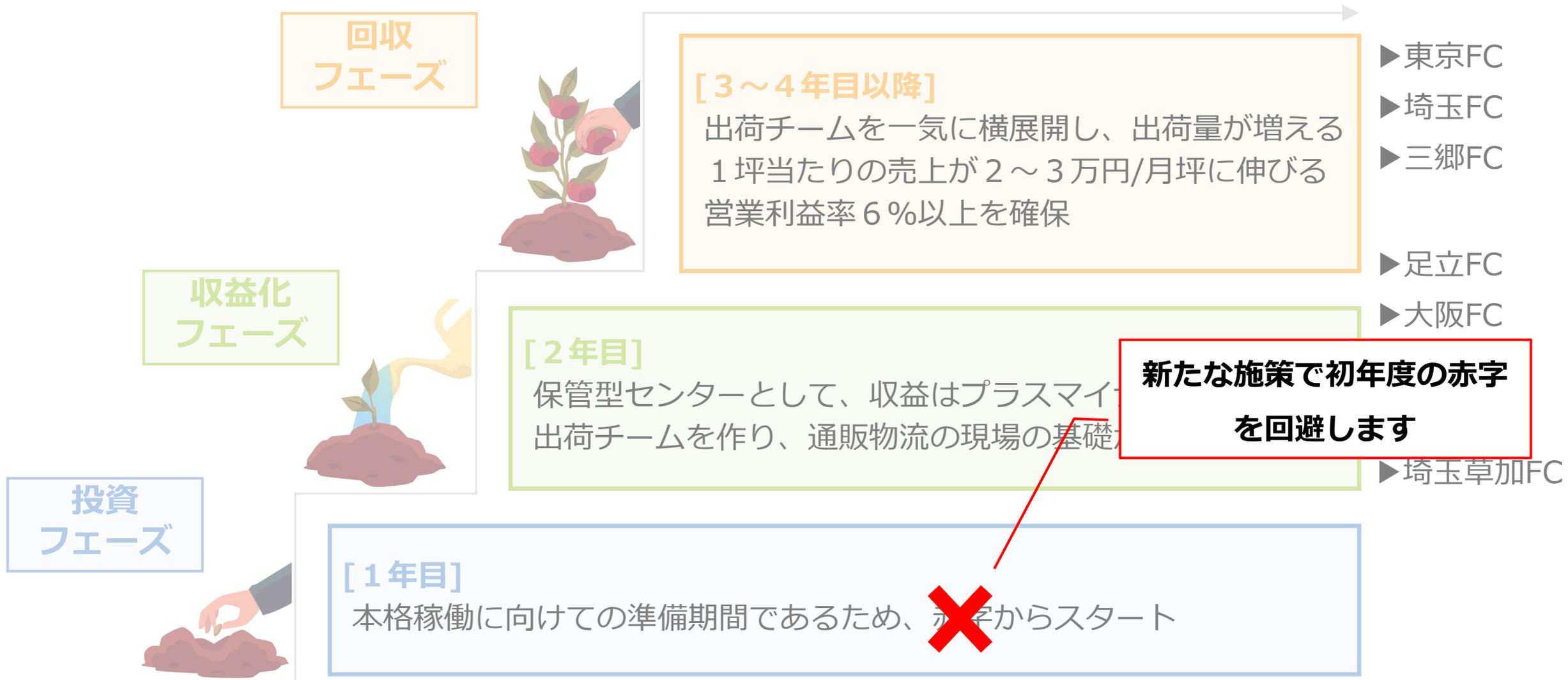
外観



倉庫内

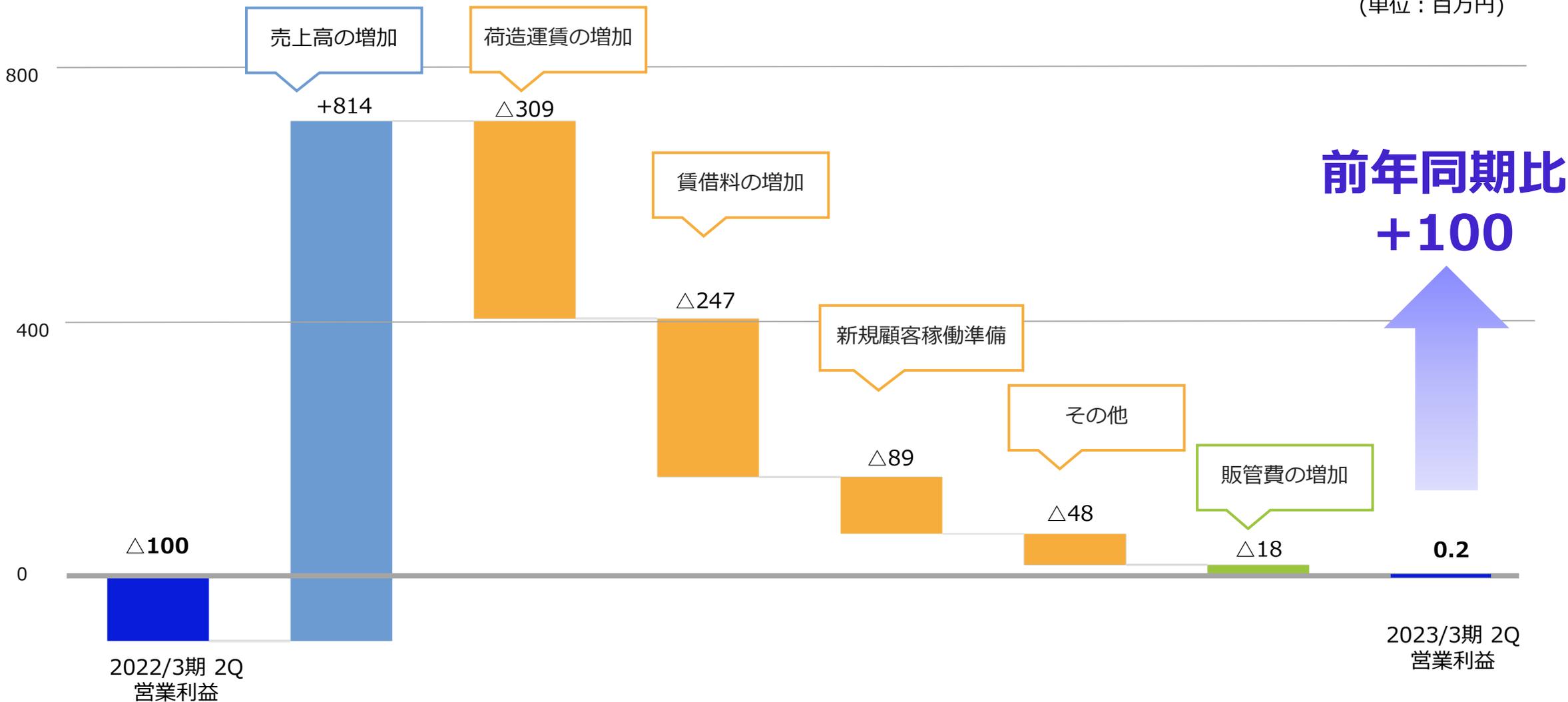


(旧) FC開設後の成長モデル



増収効果に加え、Vプランの取り組みにより黒字化

(単位：百万円)



前年同期比で814百万円(14.2%)の増収 営業利益・経常利益・四半期純利益ともに黒字で着地

(単位：百万円)

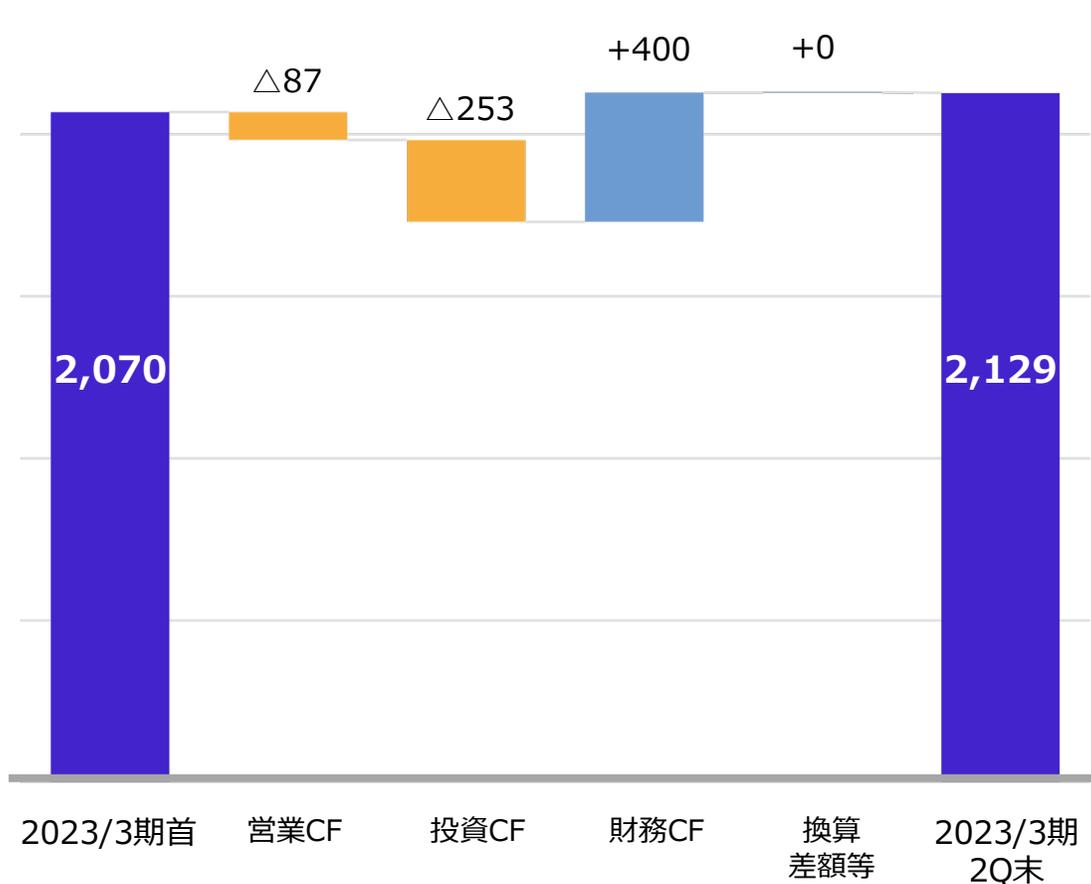
	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	前年同期比	
			増減	増減率
売上高	5,724	6,538	+814	+14.2%
売上原価	5,446	6,140	+694	+12.8%
売上総利益	278	397	+119	+42.9%
販売管理費	378	397	+18	+5.0%
営業利益	△100	0	+100	—
経常利益	△94	6	+101	—
四半期純利益	△168	0	+168	—

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	2023年3月期 2Q	前期末対比 増減	主な増減要因
資産合計	5,239	5,523	+283	
流動資産	3,519	3,604	+84	現金及び預金、売掛金の増加
固定資産	1,720	1,919	+199	差入保証金の増加
負債合計	3,472	3,740	+268	
流動負債	2,762	2,690	△71	1年内返済予定の長期借入金の増加、未払金の減少
固定負債	709	1,049	+339	長期借入金の増加
純資産合計	1,767	1,782	+15	資本金、資本剰余金、その他有価証券評価差額金の増加
負債・純資産合計	5,239	5,523	+283	
有利子負債比率	41.1%	63.0%	+21.9pt	長期借入金の増加
自己資本比率	33.7%	32.2%	△1.5pt	

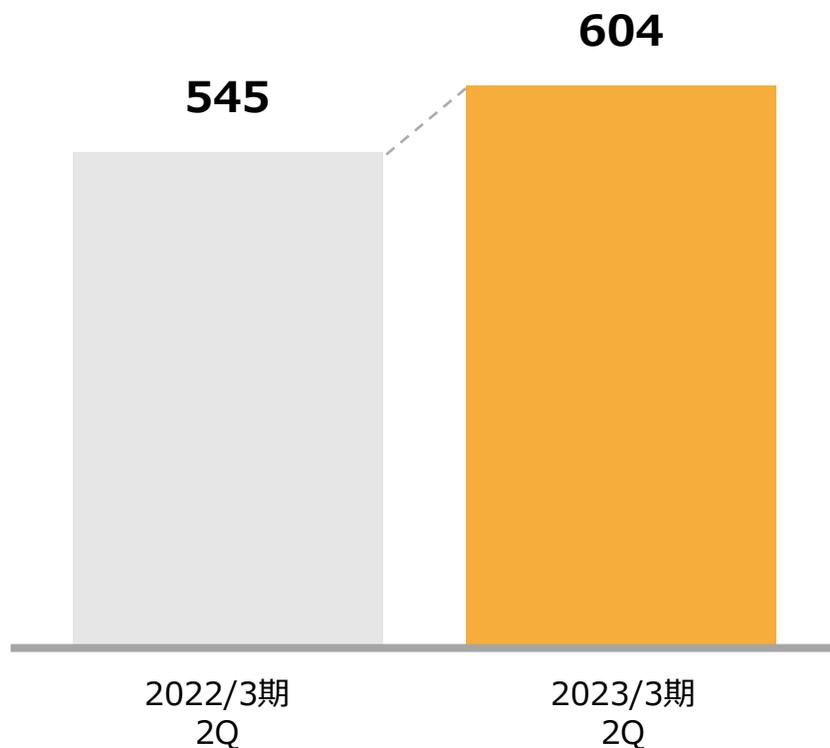
トップラインの高い成長に向けて、積極的な先行投資を実施 手元資金を拡充し、現金及び現金同等物の四半期末残高は増加



	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減
営業CF	△136	△87	+48
投資CF	△197	△253	△56
財務CF	188	400	+212
現金及び 現金同等物の 四半期末残高	2,103	2,129	+25

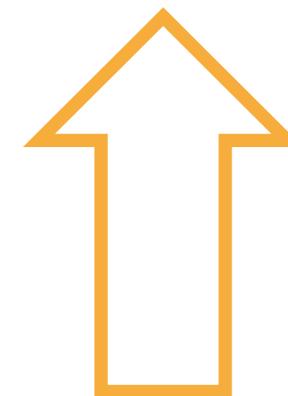
当社は『**変化を先取りし、人々の感動体験を進化させ続ける**』
をビジョンとし、商品の配送先である
消費者様に“感動体験”をお届けする物流サービスを提供しています。
そのため、流通総額も参考指標としています。

(単位：億円)



前年同期比

10.9%増



当社フルフィルメントサービスにより出荷し、
消費者様にお届けした商品の売上金額（当社調べ）

2. 2023年3月期 業績予想

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	13,342	+1,133	+9.3%
売上総利益	571	892	+321	+56.2%
営業利益	△195	101	+296	—
経常利益	△190	102	+292	—
当期純利益	△342	71	+413	—
1株当たり当期純利益	△98.80	20.41	—	—

3. 来期以降の計画と施策

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

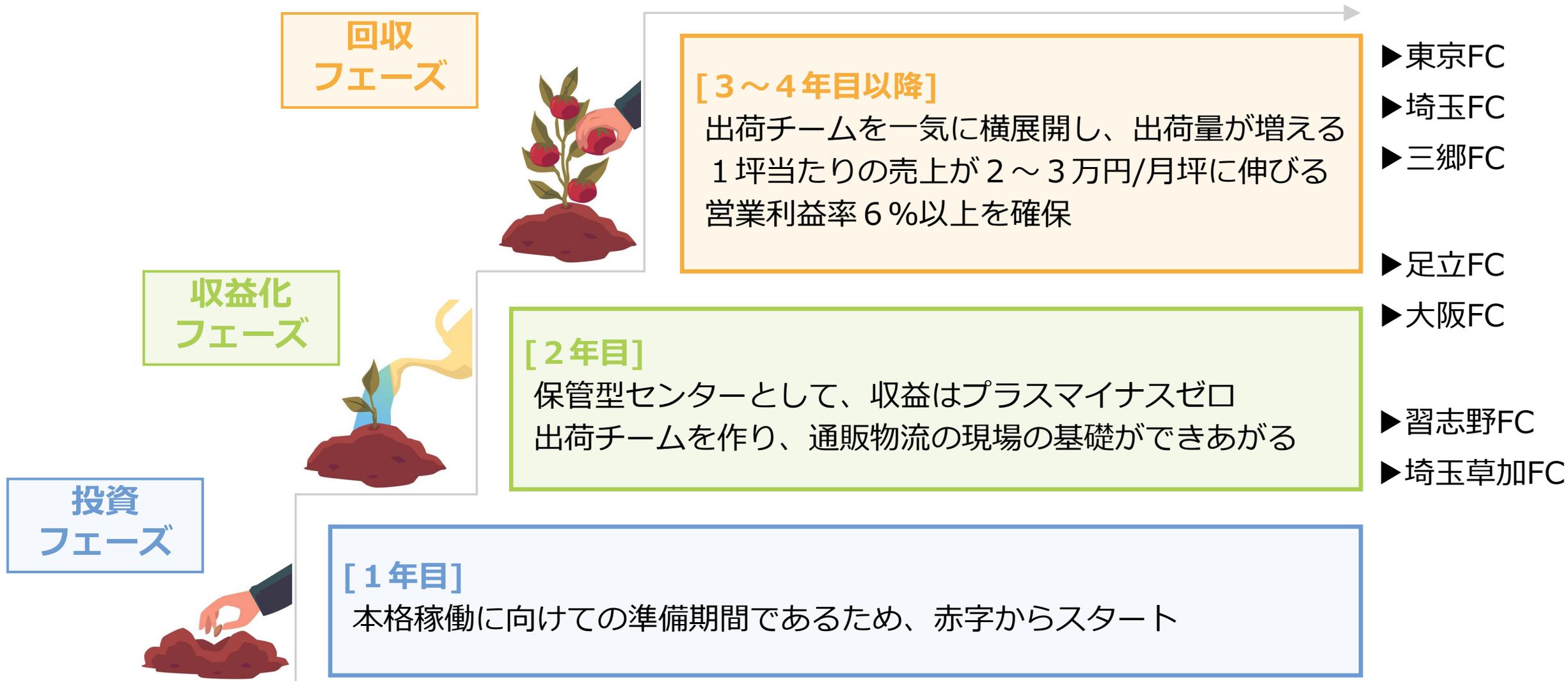


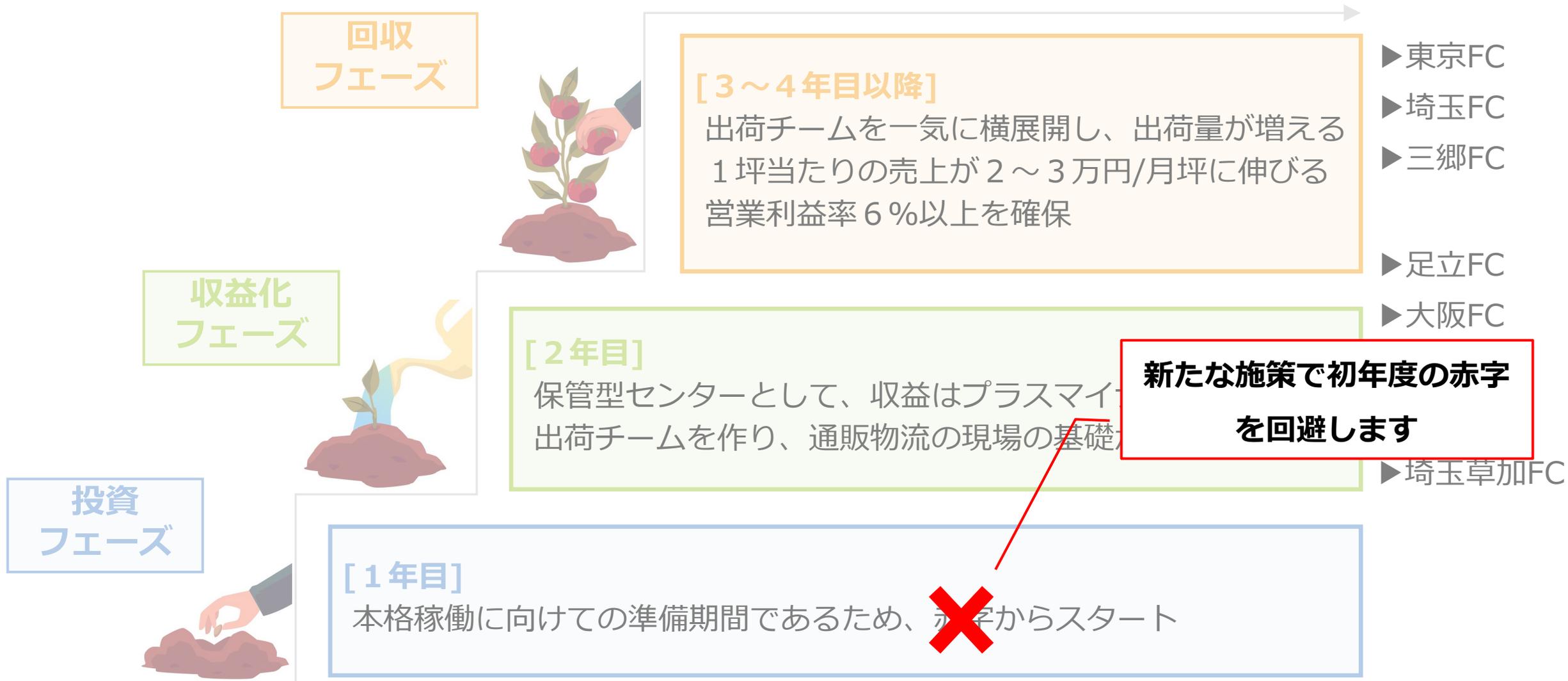
生産性向上



賃借率向上







Vプランの施策により、新規FCを開設した場合も早期に利益回収が可能となります

外部倉庫の活用

外部倉庫を活用し、商品在庫を保管する
当社の既存FCに空きスペースができることにより、
新たに出荷頻度が高い商品を保管することが可能となる

自社の新規FC検討

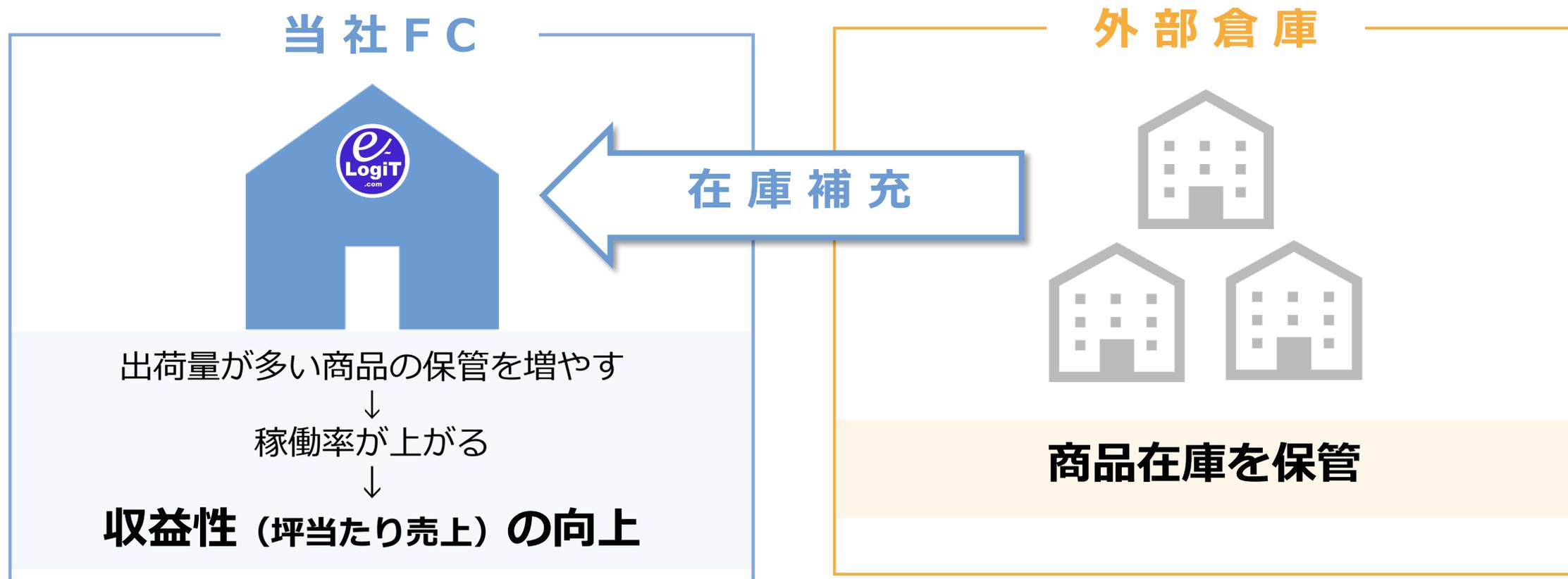
外部倉庫を活用しながら、取扱量に応じて自社の新規FC
開設を検討していく

自社の新規FC開設

外部倉庫にある商品を新規FCへ移動することにより
開設の段階で収益が出る状態になる

貸借率が向上するため、初年度より収益が発生

外部倉庫を活用することにより出荷量を増やして、より一層の収益向上を図っていきます



POINT!

外部倉庫を活用することにより、既存FCで出荷量の多い商品の割合を増やし、『**出荷型倉庫 (当社FC)**』と『**保管型倉庫 (外部倉庫)**』に役割を明確化する

▶ 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



- 営業力の強化
- FC運営の強化
- Vプランの継続

引き続き通期黒字化を目指します

第22回戦略物流セミナー 2022年10月18日に開催

「加速する小売業のオムニチャネル化」
をテーマに、
オンライン・オフラインのハイブリッド形式で
戦略物流セミナーを開催いたしました。



プレスリリースは
こちらから



大阪第2フルフィルメントセンター 2022年11月1日に開設

大阪府大阪市に8箇所目となる
延床面積9,400坪のFCを開設いたしました。
これにより当社FCの総延床面積は
59,000坪となります。



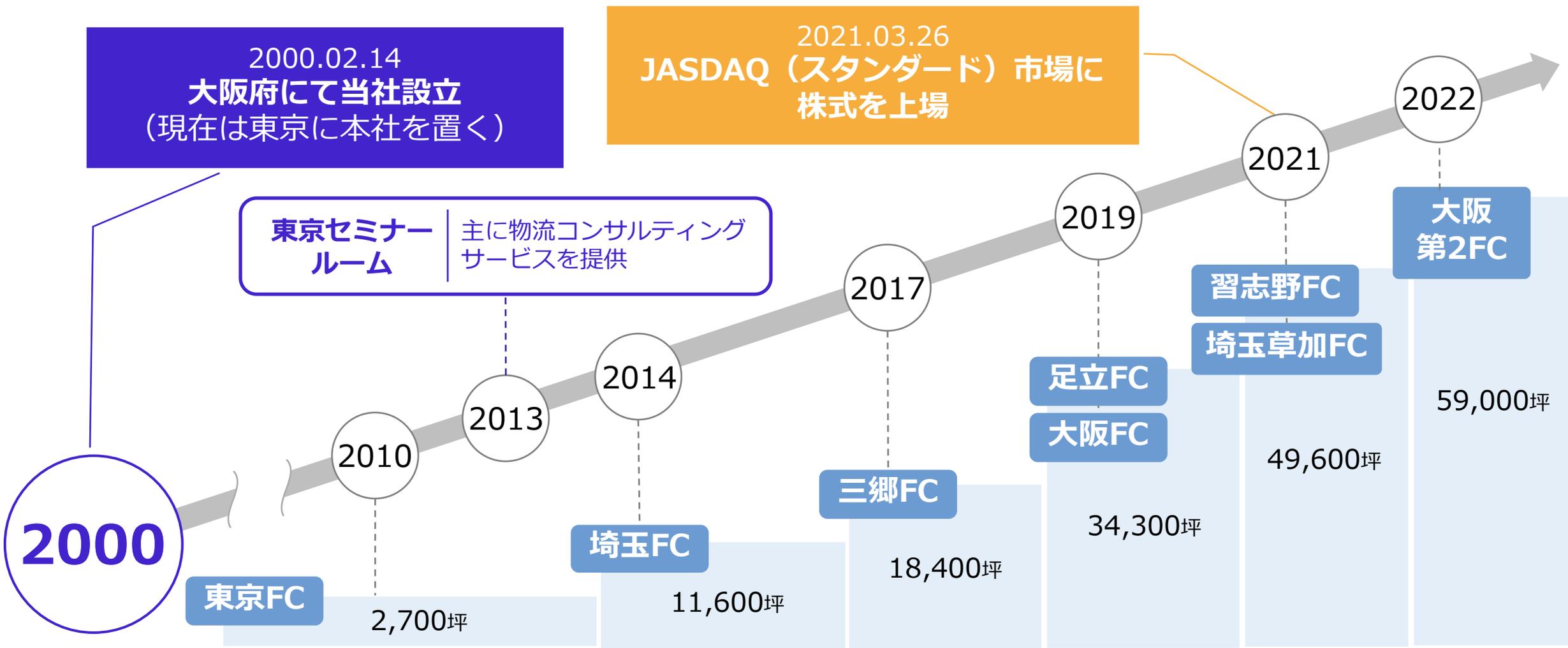
プレスリリースは
こちらから



4 . 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	1,012名（うち平均臨時雇用者：799名）※2022年9月30日現在
資本金	525,600,800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市場（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）

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8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

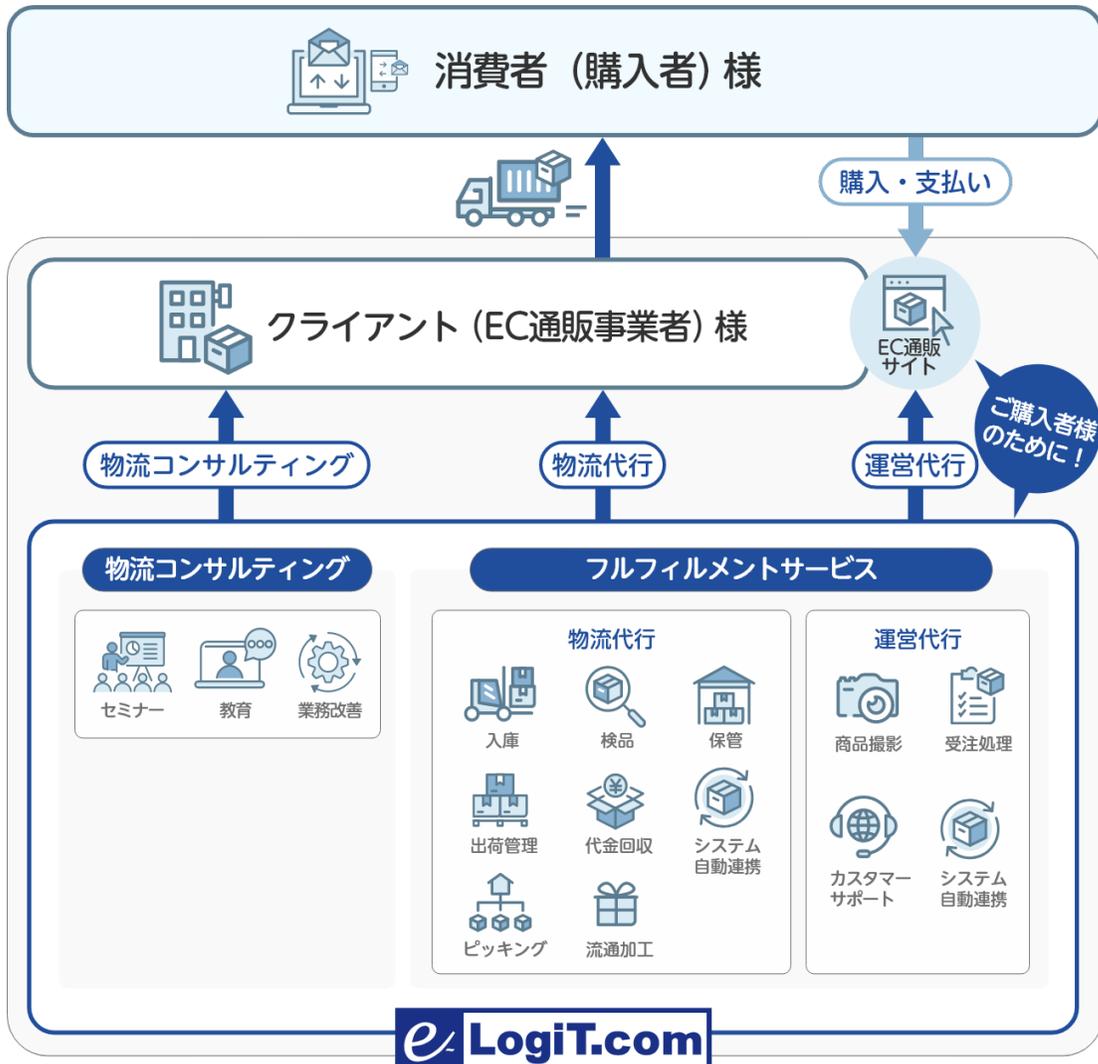
Mission

- ・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、ささげ業務(商品の撮影/採寸/原稿)、受注処理、カスタマーサポート等



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

FC内で行われている作業

入庫作業

EC通販事業者様の
商品を検品/保管する



商品の温度管理や
取り扱いに注意をし、
多品種少量の
幅広い商品を保管

ささげ業務

撮影 / 採寸 / 原稿

出庫作業

ピッキング

エンドユーザー様から
ご注文いただいた商品を
保管場所から取り出す

注文商品が一覧に
まとめられ、
保管場所や数値が記載された
ピッキングリストという
表をもとに商品を探す



検品/梱包

お届けする商品に傷や汚れがないか、
配送内容に誤りがないかを確認し、
商品が破損しないように梱包する



流通加工

流通加工とは、パッケージや半製品の組み立て等、
商品付加価値を向上させる加工を行うこと

▼当社で対応できる流通加工▼

ラベル貼り

メッセージカード
の同梱

ラッピング

など

薬事対応も可能（化粧品やコンタクトレンズなど）

配送業者様へ
梱包した商品をお渡しする

配送業者様



お取引先の
EC通販事業者様



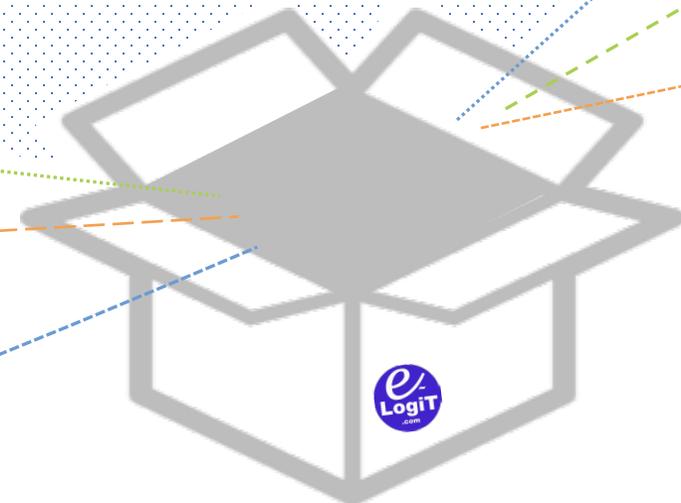
通常、物流はいかにコスト削減できるかがポイントとなりますが、

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

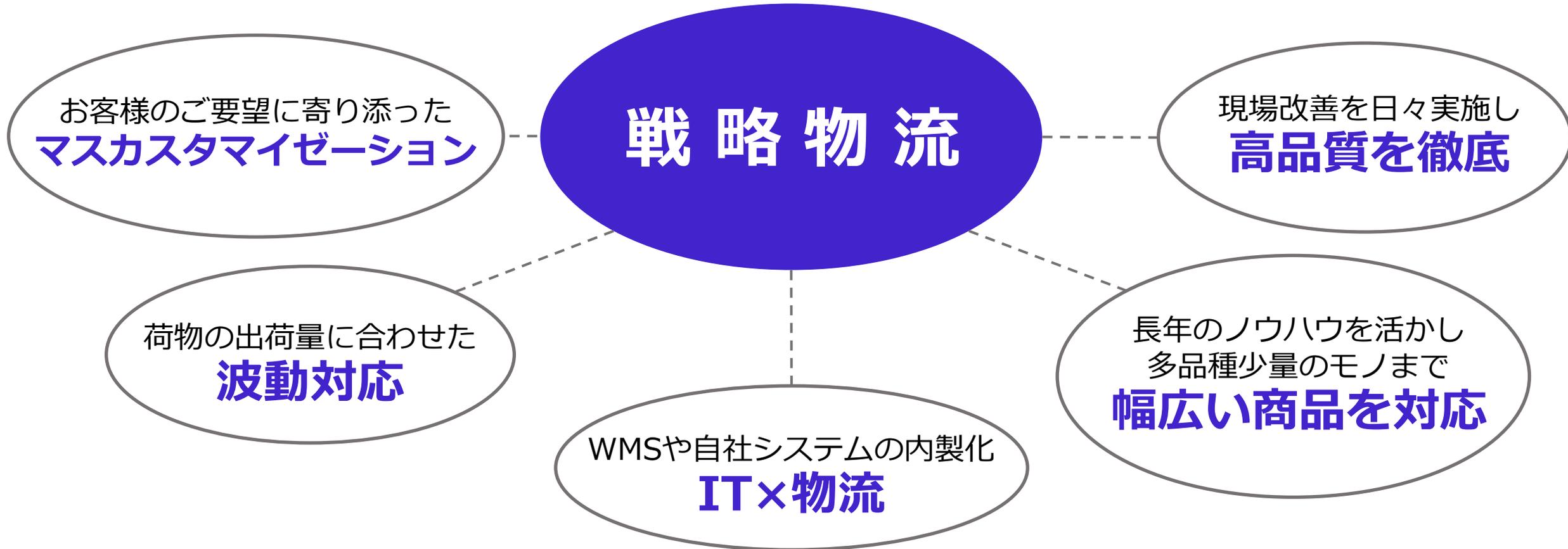
特に **波動対応** と **マスカスタマイゼーション** に

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



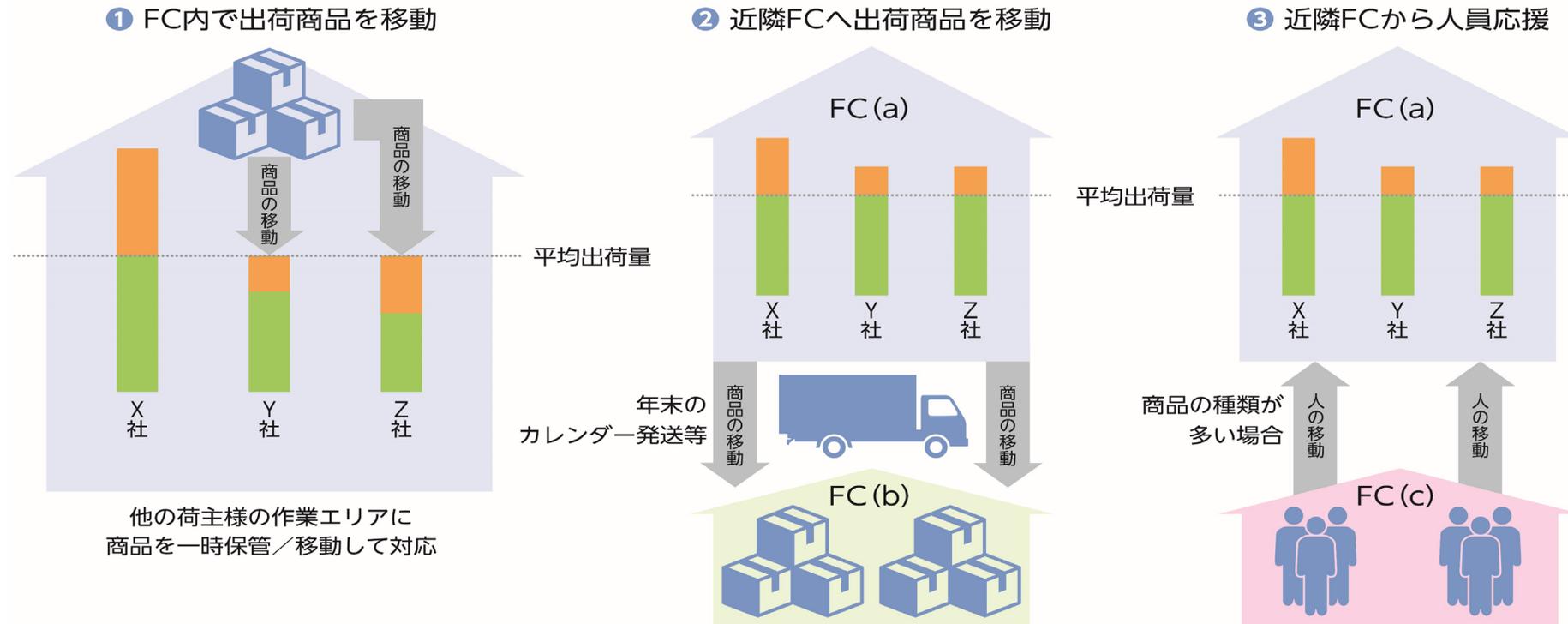
総延床面積59,000坪のフルフィルメントセンター(FC)を運営

- 当社は5,000~10,000坪を目安に開設
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



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。

当社のFCは湾岸の倉庫群ではなく、人員を確保しやすい住宅街に構えています



理由

人口密集地かつ倉庫乱立地域を避けた拠点運用を行い、物流の要となる人員を確保するため

メリット1

近くに学校がある住宅街は主婦層の方々が集まりやすい

メリット2

アクセスが良く通勤しやすい

人員を十分に確保できることにより
細かな作業にも対応が可能となる

当社で取り扱う商品は細かな作業が多く伴うため、機械よりも手作業の方が効率的となります。そのためイー・ロジットでは人員の確保にも力を入れています。



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。

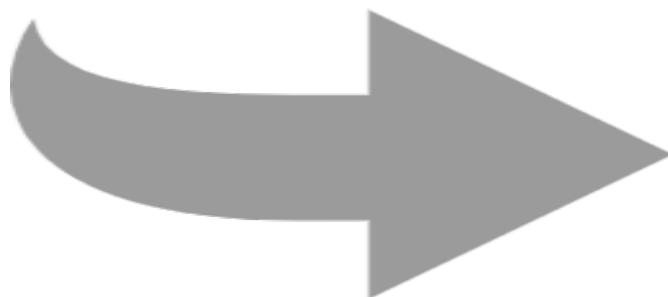
他社は、すべての会社と同じオペレーションを適用

※ 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、
冷凍冷蔵商品等

3

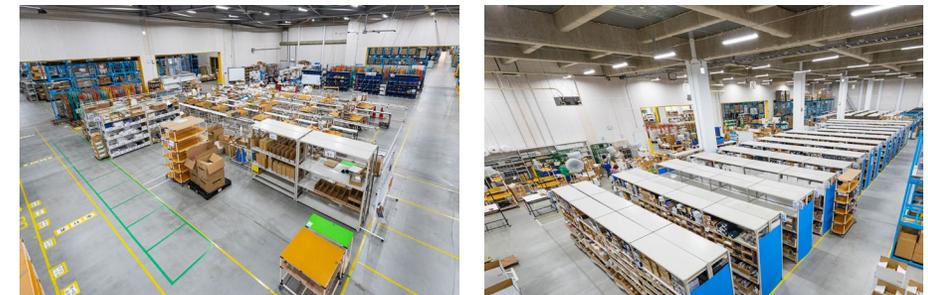
**現場実務・
物流コンサルティング**
と、スパイラルに
ノウハウを深耕

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。



※当社フルフィルメントセンター内の様子

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

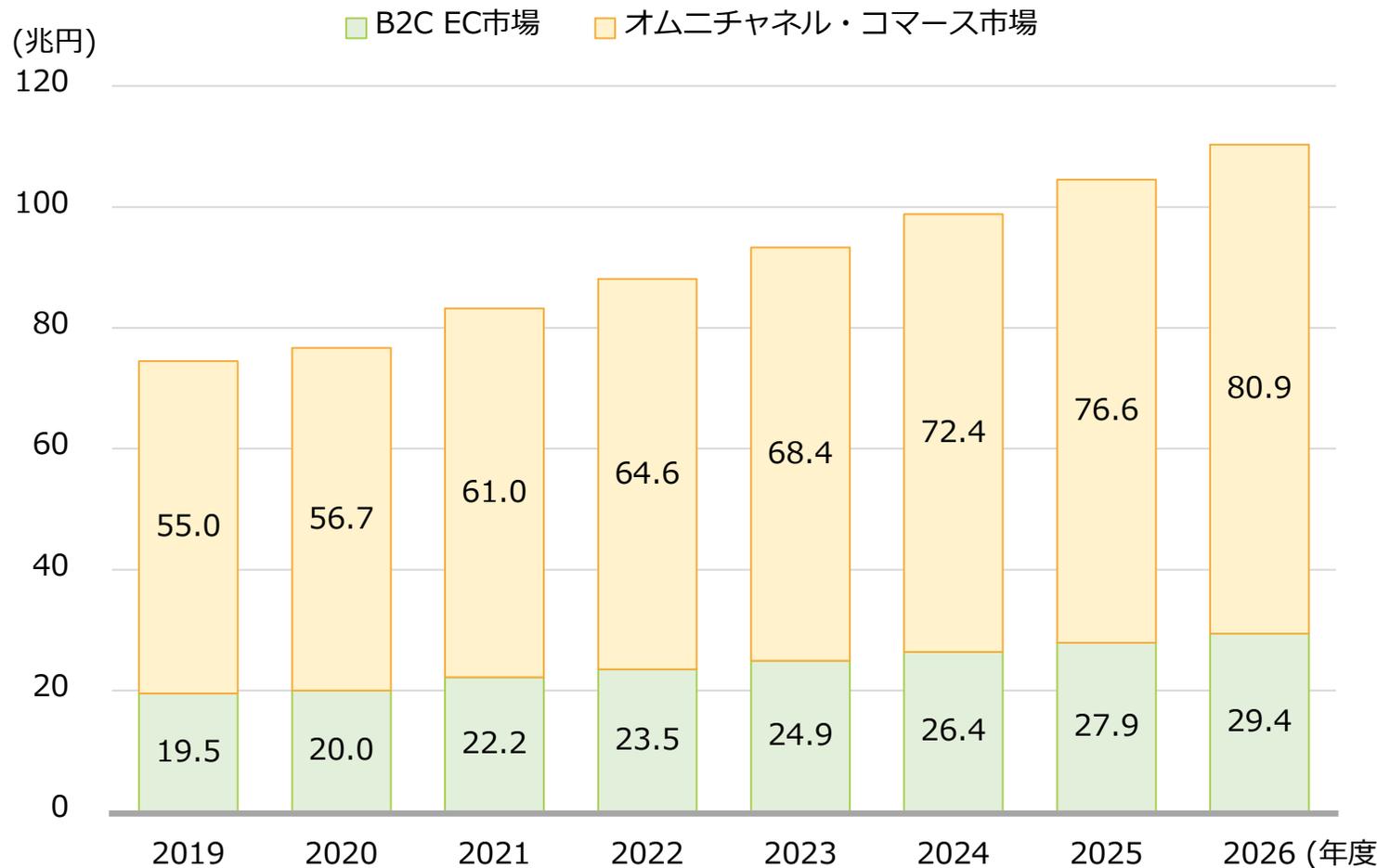
ラッピングサービスを利用することにより、プレゼント需要を取り込むことができ、クリスマスの受注が**昨対200%**になった。



日報ビジネス 『週刊包装タイムス』	折り紙状の梱包サービス 驚きと感動を同時に演出する
デジタル放送局 『アペルザTV』	倉庫ロボティクスのプロに学ぶ！工場内物流と生産性向上のヒント
ロジスティクス管理の専門誌 『月刊ロジスティクス・ビジネス』	Key Person「それでも人が集まるECセンターが勝つ」
音声配信メディアVoicy	藤沢久美の社長Talk
テレビ朝日 『発進！ミライクリエイター』	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！
日経MJ	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 徹底した個別対応を強みに成長する物流企業
金融・経済ウェブメディア 『ZUU online』	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、オムニチャネル化への対応を進める
YouTubeチャンネル 『ECの未来』	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？ 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？

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

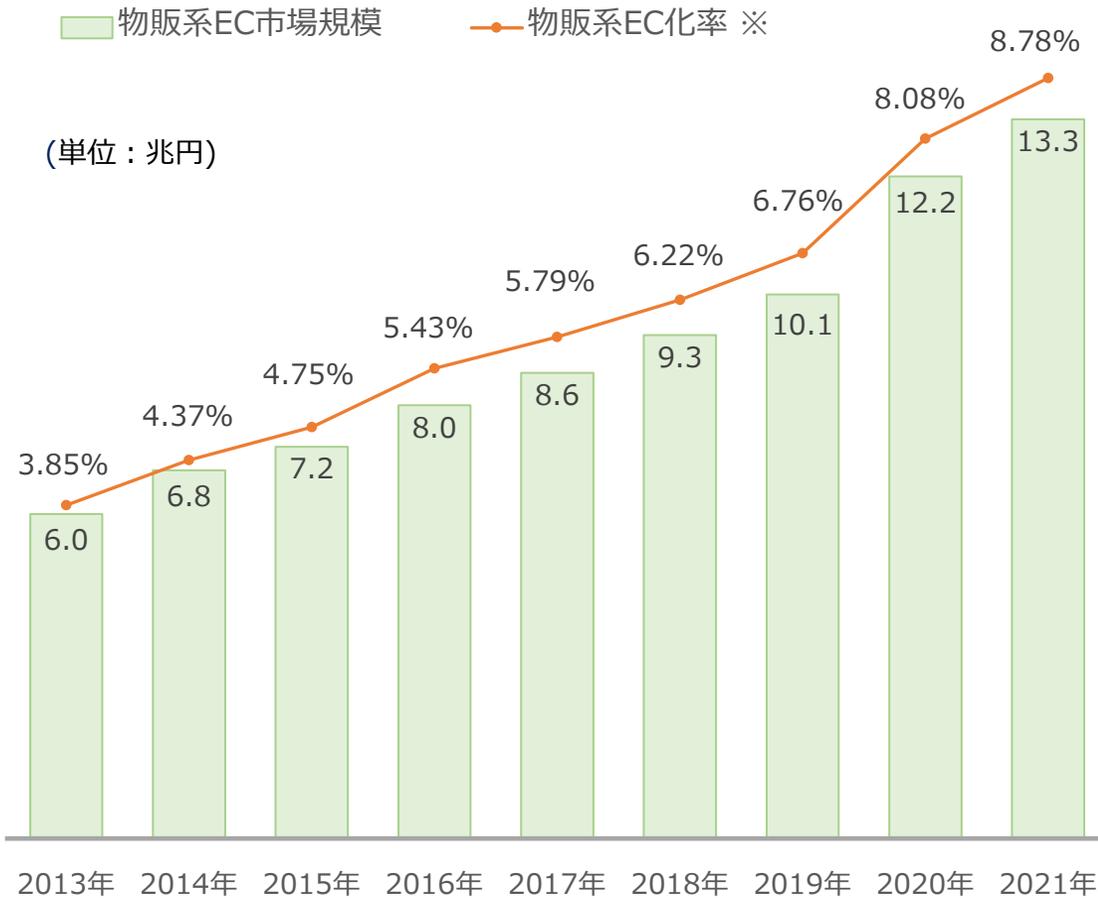
+

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)

国内のBtoC-EC市場における物販系分野の市場規模は、13.3兆円に拡大



(出典：経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査報告書」を基に当社作成)

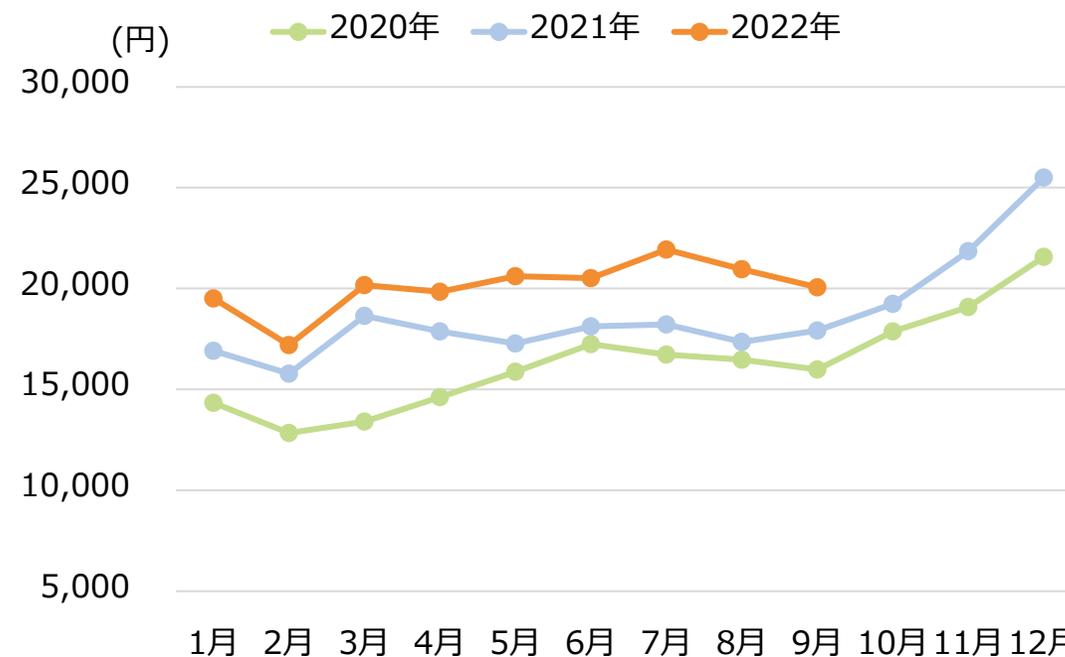
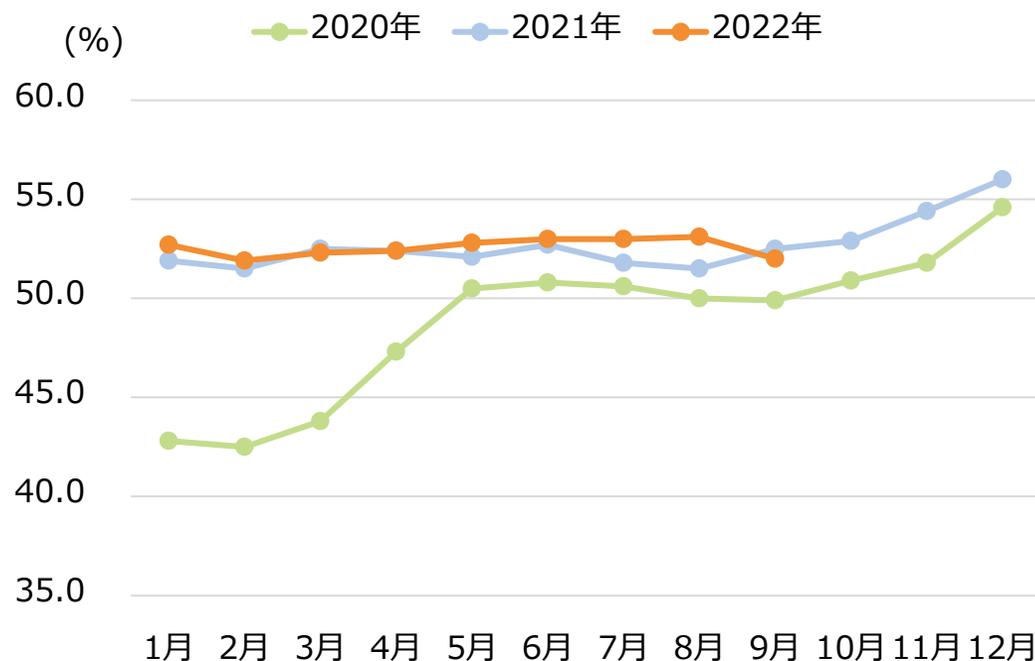
- ◆ 2021年の国内のBtoC-EC市場における物販系分野は、前年の12兆2,333億円から1兆532億円増加し、13兆2,865億円となりました。2020年は新型コロナウイルス感染症拡大に伴う巣ごもり消費の影響で大幅な拡大が見られました。2021年は外出機会が回復しているものの、ECの利用が消費者の間で徐々に定着しつつあることから、物販系分野のBtoC-EC市場規模は引き続き増加しています。
- ◆ オムニチャネルなど小売業における実店舗とECサイトの最適な融合への取組み、メーカーが自社の商材をECサイト上で直接消費者向けに販売するDtoC (Direct to Consumer)の成長、スマートフォンを通じた電子商取引のさらなる増加などにより、物販系BtoC-EC市場は引き続き進展していくものと考えられています。

※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(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

経営管理部 広報IR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。