


2023年3月期 第3四半期 決算説明資料

2023年2月14日

株式会社イー・ロジット
東証スタンダード（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。

目次

1. 2023年3月期 第3四半期 決算概要
2. 2023年3月期 通期業績予想
3. APPENDIX (参考資料)

1. 2023年3月期 第3四半期 決算概要

2023年3月期 第3四半期 決算ハイライト

売上高

98.18 億円
前年同期比 +8.2%

営業利益

△82 百万円
前年同期比 △18百万円

経常利益

△75 百万円
前年同期比 △18百万円

四半期
純利益

△117 百万円
前年同期比 +24百万円

3Qの振り返り

- 売上高は、既存顧客の出荷数量の減少と新規顧客獲得の計画未達により、出荷作業料収入が当初の計画を下回り、特に繁忙期である12月において計画を大きく下回ったものの、前年同期比で739百万円(8.2%)増収
- 利益面は、売上計画の達成を前提としてFC内作業スタッフ等のリソースを確保していたものの、売上高が計画を下回ったことにより、人件費のほか水道光熱費の上昇分等を吸収できず、マイナスで着地

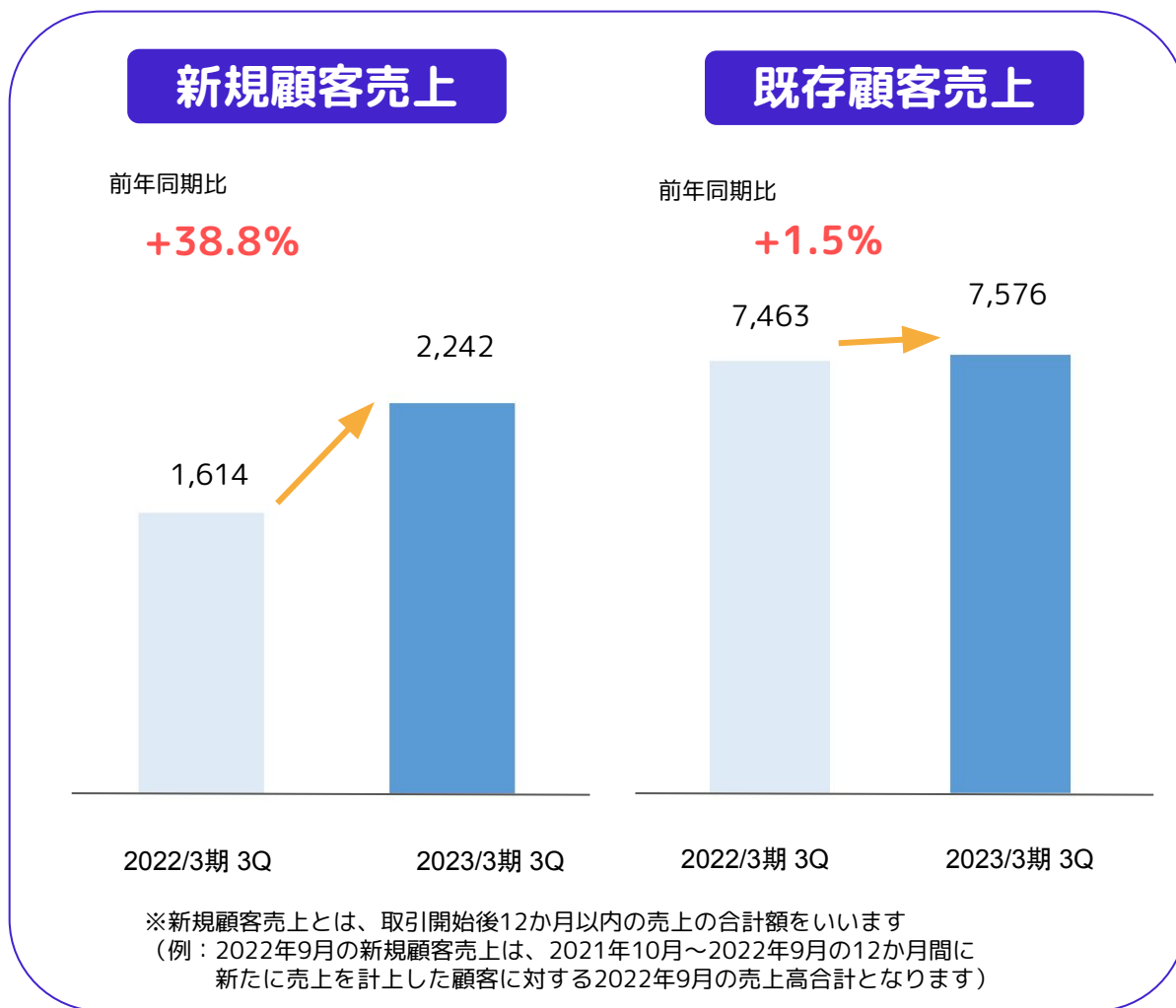
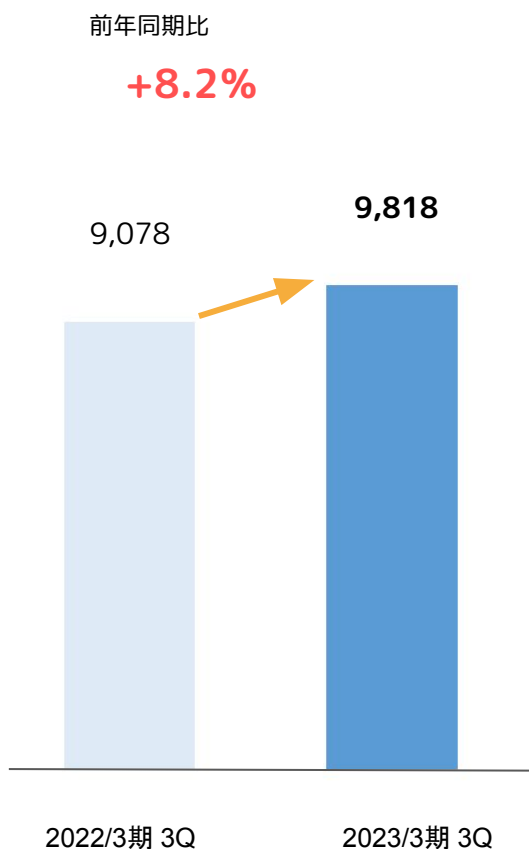
通期業績予想

- 業績動向を踏まえて、下方修正

売上高の増加要因

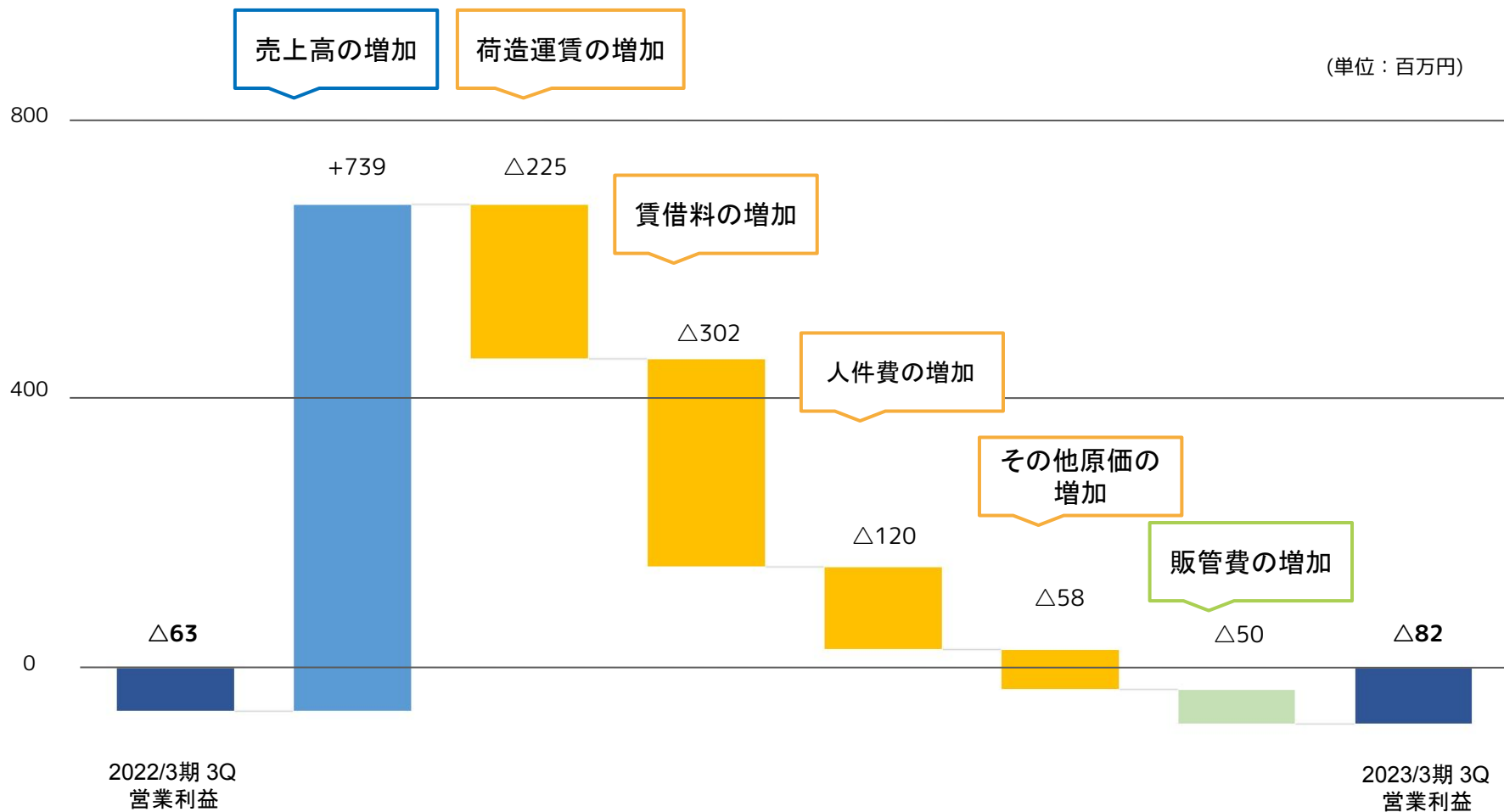
計画を下回ったものの、新規・既存顧客ともに前年同期比で増加

(単位：百万円)



営業利益の増減分析

経費コントロールによって収益確保に努めたものの、費用の増加を吸収できず、マイナスで着地



損益計算書

前年同期比で739百万円(8.2%)の増収

利益面では、経費コントロールによって収益確保に努めたものの、マイナスで着地

(単位：百万円)

	2022年3月期 3Q	2023年3月期 3Q	前年同期比	
			増減	増減率
売上高	9,078	9,818	+739	+8.2%
売上原価	8,581	9,289	+707	+8.3%
売上総利益	497	529	+31	+6.4%
販管費	561	611	+50	+9.0%
営業利益	△63	△82	△18	—
経常利益	△57	△75	△18	—
四半期純利益	△142	△117	+24	—

貸借対照表

財務基盤は引き続き健全な状態を維持

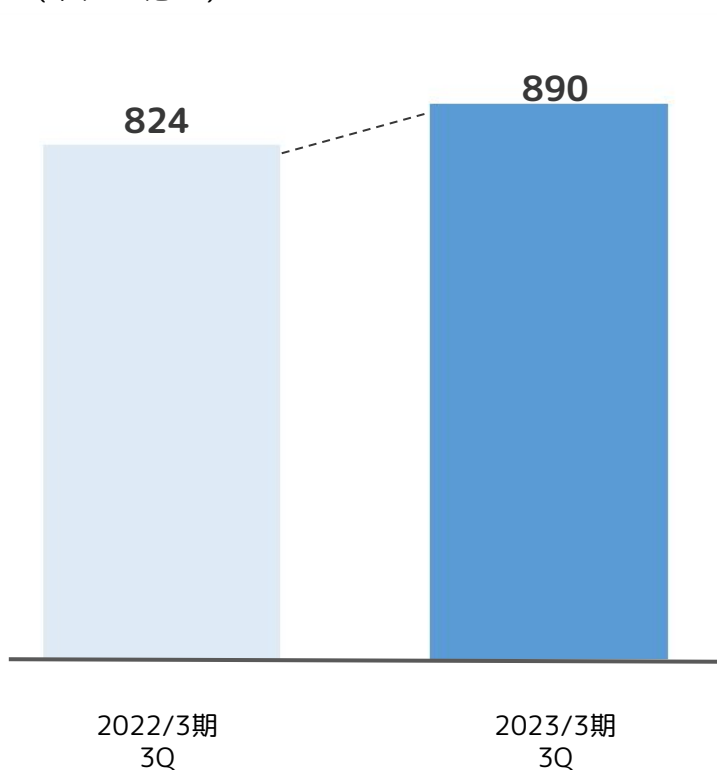
(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期 3Q	前期末比 増減	主な増減要因
資産合計	5,239	5,824	+584	
流動資産	3,519	3,877	+357	現金及び預金、売掛金の増加
固定資産	1,720	1,946	+226	差入保証金の増加
負債合計	3,472	4,160	+688	
流動負債	2,762	2,973	+211	1年内返済予定の長期借入金の増加、未払金の増加
固定負債	709	1,187	+477	長期借入金の増加
純資産合計	1,767	1,663	△103	利益剰余金の減少
負債・純資産合計	5,239	5,824	+584	
有利子負債比率	41.1%	70.2%	+29.1pt	長期借入金の増加
自己資本比率	33.7%	28.5%	△5.2pt	

(参考) 流通総額

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
8.1%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 通期業績予想

通期業績予想の修正について

- ①売上高は、既存顧客の出荷数量の減少に加え、新規顧客の獲得が計画未達となり、前年度と比較して出荷数量が当初の計画よりも下回り、出荷作業料収入が減少し、前回発表予想を下回る見込み
- ②営業利益及び経常利益については、売上計画の達成を前提としてFC内作業スタッフ等のリソースを確保しておりましたが、売上高が計画を下回ったことにより、人件費のほか水道光熱費の上昇分等を吸収できず、前回発表予想を下回る見込み
- ③特別損失に、当社が保有するFCの移転費用等を計上見込み

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想 (2022年5月13日)	13,342	101	102	71	20.41
今回発表予想	12,854	△349	△344	△577	△165.16
増減額	△488	△450	△447	△648	
増減率 (%)	△3.7	—	—	—	
(ご参考)前期実績 (2022年3月期)	12,208	△195	△190	△342	△98.80

収益改善と新たな成長に向けた取り組み

① 外部倉庫の活用

当社FCで出荷量の多い商品の割合を増やし、より一層の収益向上を図る
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

② 固定費の削減

損益分岐点を下げるために、FC統廃合を実施

③ フルフィルメントオペレーションの再構築

FC統廃合後も現在の業務量の+30%まで対応できるよう、設備自動化への投資も含めデジタル化と標準化の更なる推進

④ ビジネスモデルの変革

- A. Eコマースのバリューチェーン上流領域へのアプローチをするための
アライアンス戦略
- B. M&Aなど事業ポートフォリオ経営による新たな収益基盤の構築

配当予想について

2023年3月期の期末配当につきましては、通期業績が前回公表値より大幅に下回る見通しとなったことから、誠に遺憾ではございますが、無配とすることを決議いたしました。

早期黒字化と復配に向けて全力で取り組むとともに、安定収益基盤の確立と成長戦略を積極的に進めてまいりますので、株主の皆様におかれましては、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

	2023年3月期 配当予想	2022年3月期 配当実績	2021年3月期 配当実績
中間	0円	0円	0円
期末	0円	0円	3円
年間	0円	0円	3円

3. APPENDIX (参考資料)

会社概要

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

1,014名（うち平均臨時雇用者：795名）※2022年12月31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

事業内容：BPO事業

- ①通販物流アウトソーシング
- ②物流コンサルティング
- ③物流システム構築支援

証券取引所

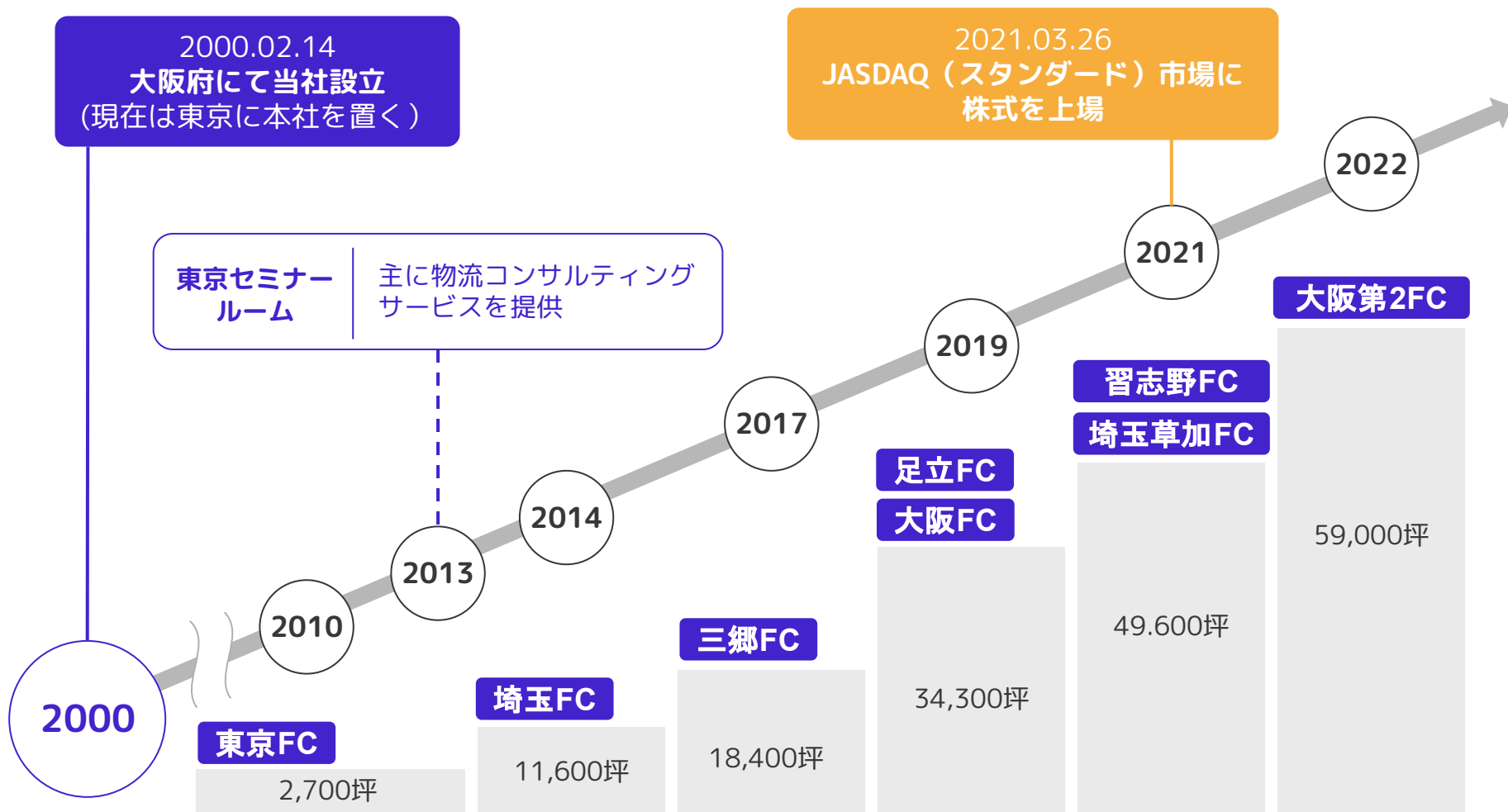
東京証券取引所スタンダード市場（証券コード：9327）

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）

沿革

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

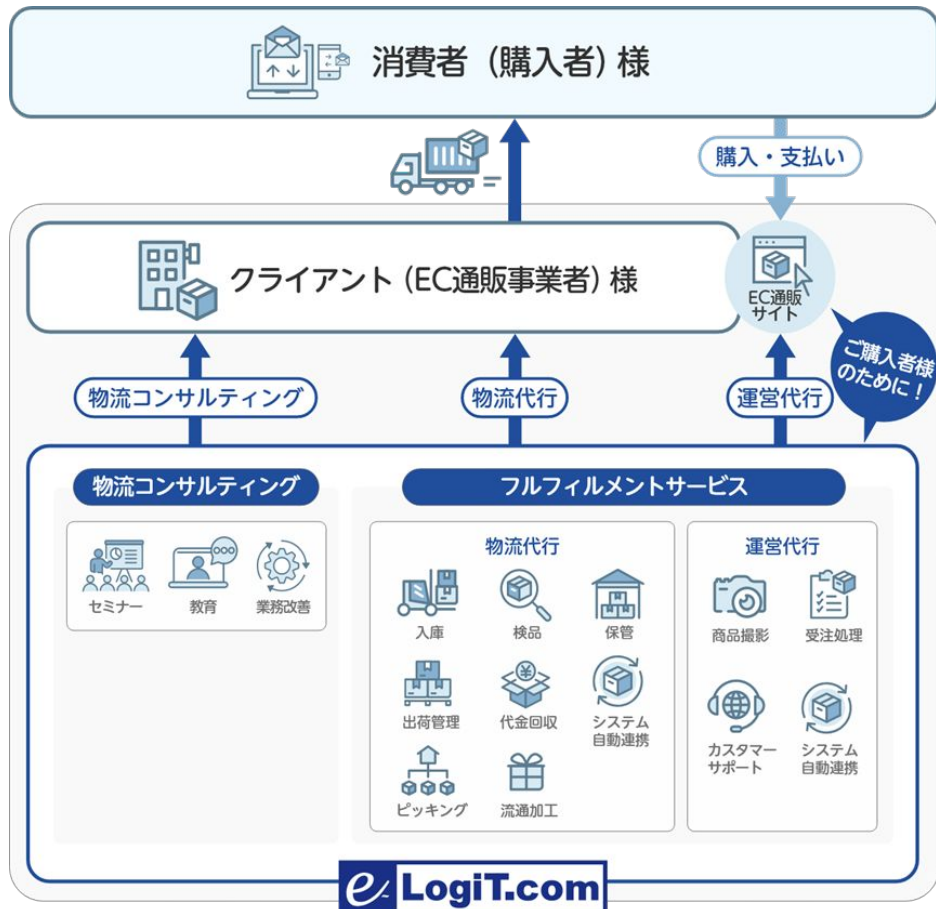
Mission

- ・ 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

当社のビジネスモデル



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

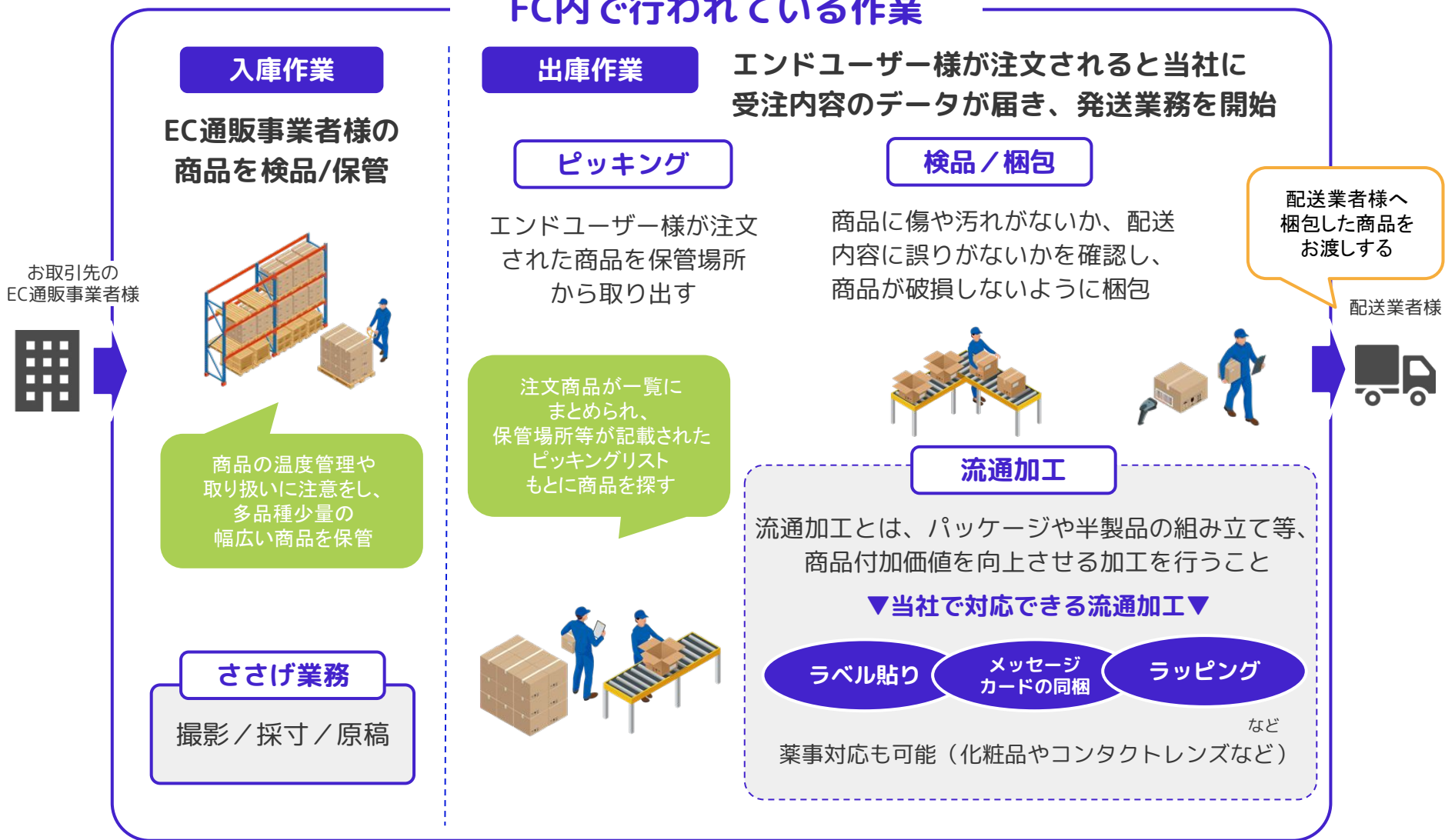
EC通販事業者様や消費者(購入者)様のニーズに対応した**フルフィルメントサービス**※をワンストップで提供

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

※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

当社のフルフィルメントサービス



コアコンピタンス

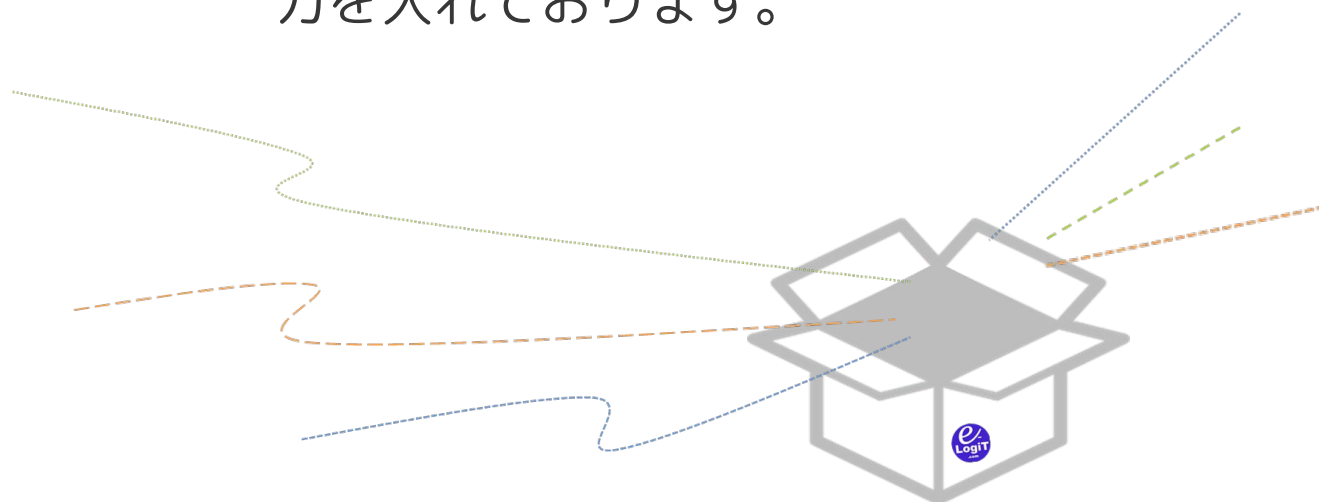
通常、物流はいかにコスト削減できるかがポイントとなりますが、

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。



イー・ロジット 5つの特徴

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

戦略物流

荷物の出荷量に合わせた
波動対応

お客様のご要望に寄り添った
マスカスタマイゼーション

現場改善を日々実施し
高品質を徹底

長年のノウハウを活かし
多品種少量のモノまで
幅広い商品に対応

WMSや自社システムの内製化
IT×物流

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

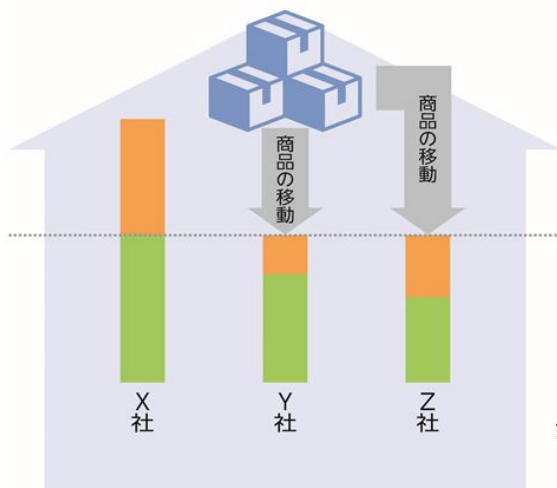


大型FCをドミナント展開する理由とメリット

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）

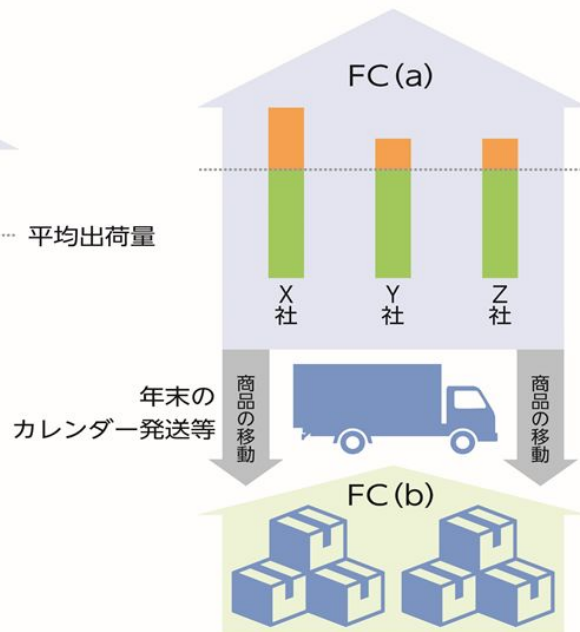
例) 荷主様X社にて販促キャンペーン実施等により商品出荷量が増加するケース

① FC内で出荷商品を移動

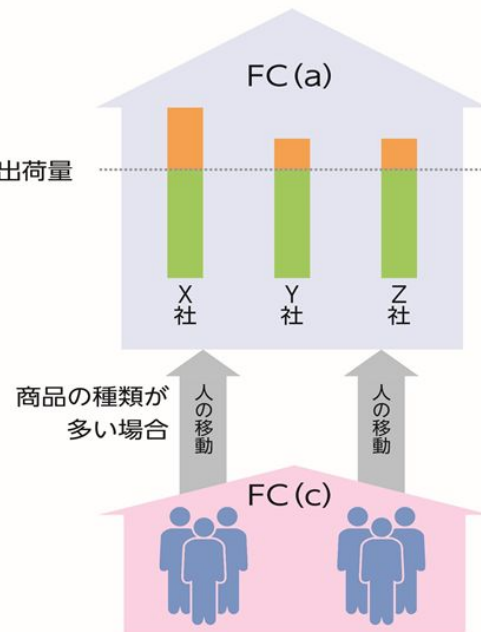


他の荷主様の作業エリアに
商品を一時保管／移動して対応

② 近隣FCへ出荷商品を移動



③ 近隣FCから人員応援



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指します。

人員の確保

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

倉庫乱立地域を避け人口密集地にて拠点運用を行い、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

当イー・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

\\ 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	○	◆	□■	◎	▽

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。



品質へのこだわり

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

特徴3 IT×物流

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できて、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。

特徴4 通販物流に特化し、ノウハウを深耕

信頼と信用を積み重ね、既存顧客からの紹介も多数あり、
小規模から大規模荷主様まで幅広く対応しています

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 /
物流の
コンサルティング**
と、スパイラルに
ノウハウを深耕

特徴5 最前線である現場を重視

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・ロジットが選ばれる理由

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。



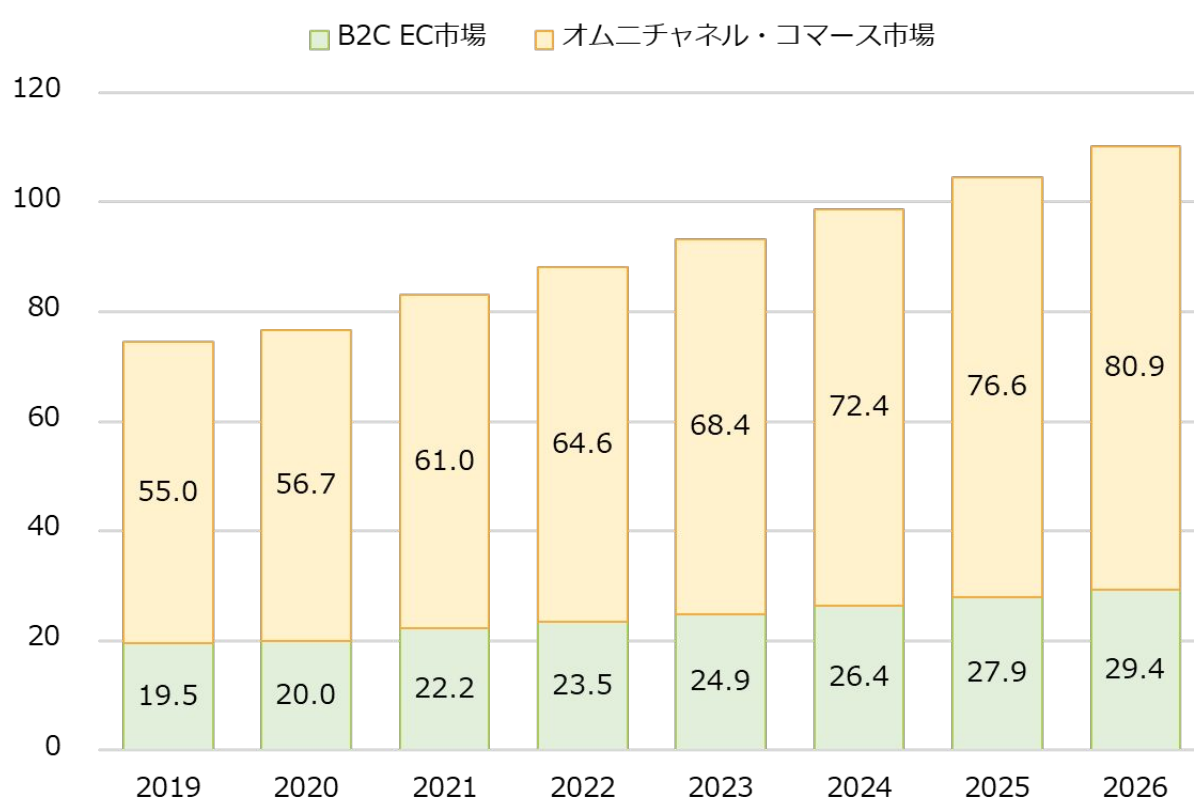
メディア掲載情報

白夜書房 『ミライのアイデア』	誰もやりたがらないEC物流で成功できたワケ
IFAと投資家のマッチングサイト 「わたしのIFA」	物流を核に小売業者の競争力を高めるパートナーとなる
株式会社これから 「パートナー企業コンテンツ」	物流業務の受注処理からカスタマー業務まで365日ワンストップで最適化！ 350社以上の対応実績 イーロジットの物流代行
日刊ゲンダイDIGITAL 『「もうけびと」に聞く金儲けの 秘訣』	儲かりそうにない「物流」のイメージを覆す社長に聞く...倉庫をあえて住宅地に建てる発想とは
CAPITAL EYE 「新規上場企業のいま」	～新規上場企業のいま～イー・ロジット<9327>
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」

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

(参考) 市場規模予測

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

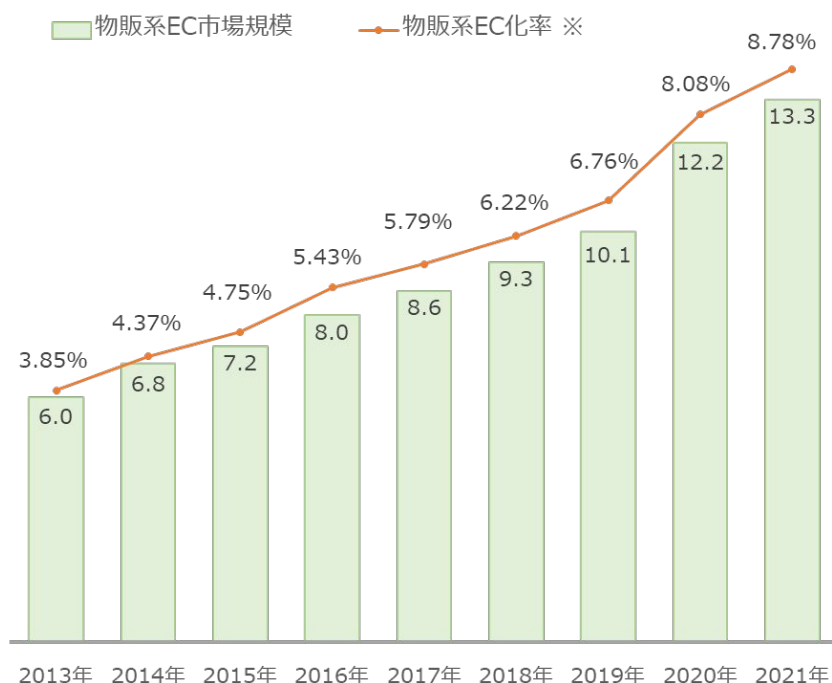
+
オムニチャネル
コマース市場 81兆円

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)

EC市場の拡大

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)

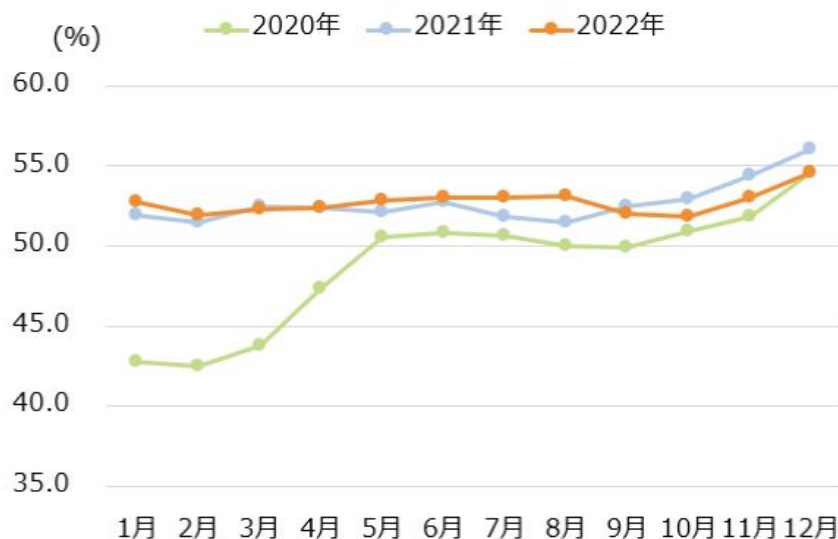
- ◆ 2021年の国内のBtoC-EC市場における物販系分野は、前年の12兆2,333億円から1兆532億円増加し、13兆2,865億円となりました。2020年は新型コロナウイルス感染症拡大に伴う巣ごもり消費の影響で大幅な拡大が見られました。2021年は外出機会が回復しているものの、ECの利用が消費者の間で徐々に定着しつつあることから、物販系分野のBtoC-EC市場規模は引き続き増加しています。
- ◆ オムニチャネルなど小売業における実店舗とECサイトの最適な融合への取組み、メーカーが自社の商材をECサイト上で直接消費者向けに販売するDtoC (Direct to Consumer)の成長、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

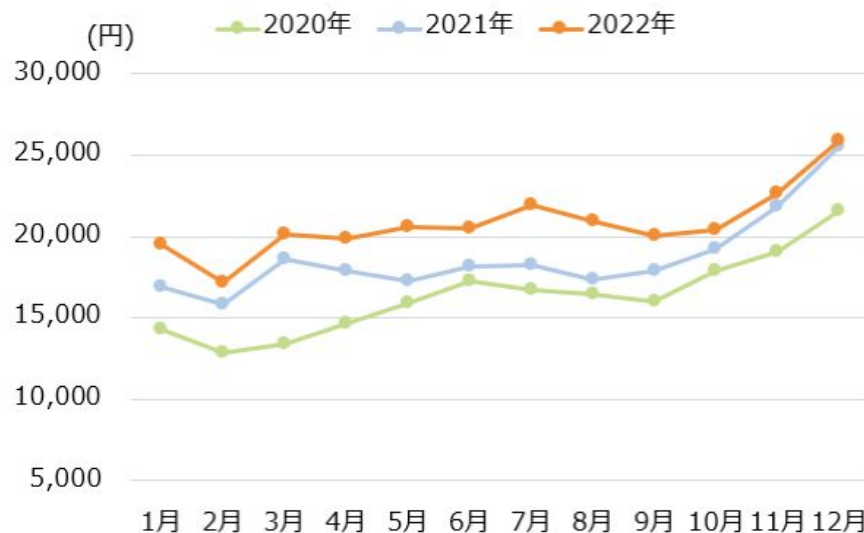
ネットショッピングの利用増加

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・お問い合わせ

【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。