

キャピタル・アイ特別企画：～新規上場企業のいま～

Logizard Co.,Ltd. ロジガード<4391> システム連携で省力化支援

倉庫管理システム（WMS）「ロジガードZERO」をはじめとして、ECや店舗の在庫管理システムをクラウドで提供するロジガードが東証マザーズに上場してから、1年ほどが過ぎた。上場当時を振り返りつつ、事業の現状や今後の展開を三浦英彦取締役役に聞いた。



三浦英彦取締役

■ 求む、物流が分かるエンジニア

― 上場前後での変化は

通販を支える倉庫会社や 3PL 会社が主な得意先であり、ビジネス面での大きな変化はない。ただ、従前では直接取引できなかったような大手顧客（大手荷主、倉庫を利用する会社）からの直接の引き合いが増えた。

我々は売り上げを、製品の「月額利用料」と、顧客の要望に応じてカスタマイズする「開発」に区分しており、顧客数の増加により原価率逡減が見込め、かつ安定的な月額利用料の積み上げをメインに考えている。現状の社内リソースを考えると、製品を定期的にブラッシュアップし、新しいニーズに応じた機能を追加する業務に当たる製造部門の人員と、顧客の開発ニーズに合わせたカスタマイズの担当人員を切り分けられる規模ではなく、大型の開発案件を積極的に行っていない。

大型の開発案件を伴う大手の荷主からの問い合わせが増え、短期的には開発に取り組んだ方が売り上げも利益も上がる。ただ、そうすると月額利用につながる製品の開発が後手に回る。2～3年後のビジネス展開を考えると、月額利用料のほうに取り組みたい。一方で、大手顧客のなかには、非常に高い問題意識を持つ荷主がいるため、我々の今後の製品に反映できるものや、一緒に考えられる案件であれば取り組む。

採用面では、特にエンジニアを必要として動いている。市場全体で需給が逼迫しており、思ったような形では進んでいない。特に我々の場合は、製品をダウンロードしてすぐ使えるわけではなく、例えば要件定義をするなど導入時の顧客サポートが非常に重要になる。今後導入件数を上げていくためには、導入部分を担う社員が必要になる。技術的な点は入社後でも半年間ほど研修するため、門外から入ってきても問題ない。むしろ物流とシステムの両方を理解し、コミュニケーションできる人材を求めている。

―上場準備中のエピソードは

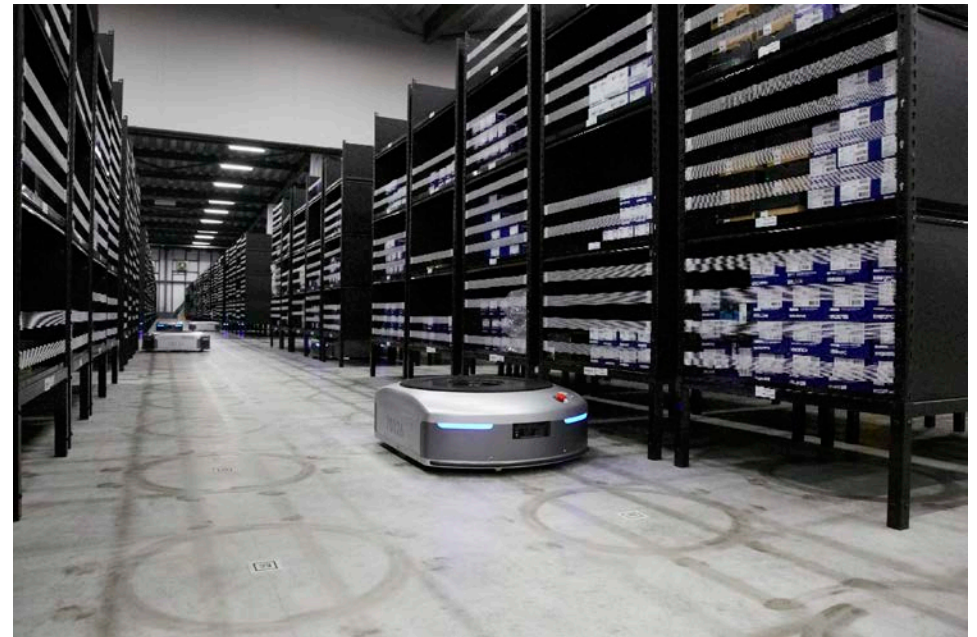
当初からベンチャーキャピタルが参加し、会計レビューという形で監査法人が入っていた。業務フローなどを準備しながら、経理の人材を強化した。開示や上場資料などでは大きな混乱はなかった。全社的に従業員の勤務管理に力を入れた。我々は自社製品を販売しており、派遣型のシステム会社と比較して、残業時間が極端に多くはなかった。働き方改革との関係で、勤務時間の管理のためにシステムを入れ替え、勤務の申告をシステム上で行えるようにし、各部門の管理者に取り組んでもらった。業務がどこかに固まらないようにして、勤務時間を管理できた。定性的な話ではあるが、事前申請と承認が根付き、全体的な残業時間を減らすことができた。

■人手不足を迎え撃つ

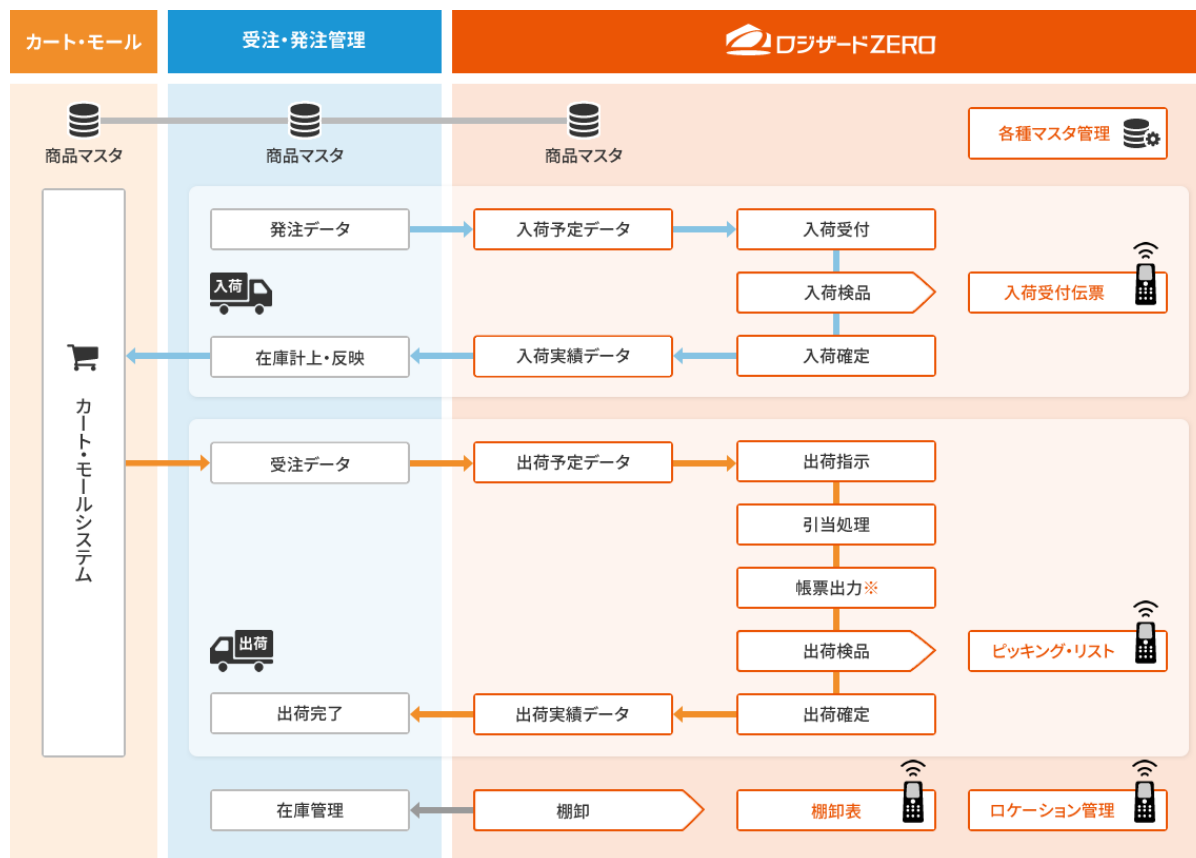
―業務の現状について

我々の施策には大きく三つのテーマがある。一つはロボットで、省人化、省力化、自動化に対応する。顧客の現場で人手不足が深刻化するなかで、人に置き換わるロボットが注目されている。AGV（Automatic Guided Vehicle、無人搬送車）について今年2月に、（商品の受注や管理、梱包や発送などを一貫して提供する）アッカ・インターナショナルへの導入を支援した。中国ではロジガードZER0の中国語版「e倉管」を使うヤマトホールディングスの関連会社に、中国のギークプラスというメーカーのロボットを導入する際に協業した。

従来はピッキング担当者が荷物のデータを印刷した紙を持って、棚まで商品を取りに行っていた。ロボットは、その棚自体を待機している担当者の前に運んでくる。倉庫エリアを効率的に使うためにはどこに何があっても構わないというフリーロケーションの考え方に対応し効率が上がる。従来の庫内作業は、荷主ごとにエリアを分けて、作業者も各荷主を担当するというようにチームを分けていた。アッカ・インターナショナルによると作業効率は従来の5～6倍になり、ヤマトホールディングスのケースでは3倍ほどになっている。我々の強みは、データを渡すだけなので、顧客の要望に応じたいろいろなメーカーのロボットと連携できる点にある。



無人搬送車が、ピッキングの必要な商品が置いてある棚を下から持ち上げ、棚ごと作業者が待機する場所に運ぶ



他社が提供する受発注管理システムと連携し商流や物流を滑らかにする

バーコードの代替として（離れた場所から荷物の情報を電波で読み取る）RFID にも注目が集まっている。いまは自動認識技術を手がける会社と、読み取りの精度を高めている。

もう一つは、API（Application Programming Interface）連携による他社製品のオプション提供で、顧客は我々と契約すると、オプションとして他社が提供する受注管理や勘定系のアプリケーションを使うことができる。オプション料を他社にロイヤリティとして還元する仕組みで、顧客側からすると、自分で複数の（アプリの）契約をしなくとも、データ連携により、例えば CSV ファイルを使って自分でデータを抽出する作業が減るという点で省人化になる。アプリを提供する他社とは相互に送客する API パートナーになっている。

—海外での利用について

上場時は中国、タイなどで利用されていたが、そこにフィリピンが加わり、台湾の製造業でも使われている。売り上げ規模はまだ数%であり、これからだ。

■情報流通を容易に

—金澤茂則社長は5年をメドに東証1部への昇格を目指すと話していたが

市場昇格については、念頭に置いて進めている。市場が今後どのように動いていくかによるが、我々は利益面で、積み上げ型で確実に成長させることができると考えており、上場の適格基準について、今回の中期経営計画の期間中では難しいと思うが、5年というレンジは引き続き狙っていききたい。

―製品化を目指すオムニチャネルの方向性について

引き続き開発を続けている。2020 年 6 月期はパイロットユーザーに入ってもらって製品の作り込みを進め、できれば今期中に製品としてリリースしたい。システムとしての動かし方は決まっており、オムニチャネルは特にアパレル業界で各社が提唱するが、ニーズや考えが様々で、どうすれば使い勝手が良いか詰めていく。

我々も一部をカスタマイズという形で既に提供しているが、情報の一元管理がキーになる。ロジザード Z E R O と店舗向け在庫管理システムである「POSびた-RBM-」や「ロジザード Z E R O - S T O R E」などとの連携で、ある程度実現している。より拡張的にして、他社のシステムに結びつけるニーズに広く対応したい。ほかの WMS を使っている顧客にも、Z E R O - S T O R E の機能を提供するほか、Z E R O を使っている顧客がほかの POS システムや勘定系システムにつないで情報を行き来させたい。

―今後の海外展開は

販売パートナーを探索し、現地で拡販する取り組みをしている。いまは、時差がなく何かあったときに対応できる東南アジアを中心に進めている。

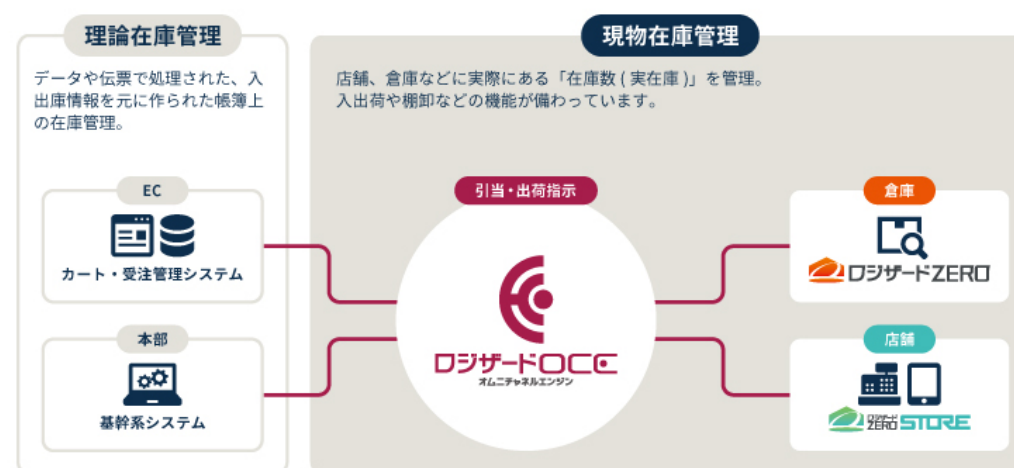
―投資計画について

製品販売強化のプロモーションに、従来は 2000 万円前後を使っていたが、倍以上を掛けていく。テレビ CM などは意味がないため、夏と秋にセミナーを開いたり、WEB 系の広告を増強する。セミナーについては頻度を上げる。東京・大阪以外の場所での開催を検討し、昨年、ロボットについて開催したように、テーマを絞る。WEB 広告にしても、物流関係を中心に媒体を増やしていく。

人材面では、直接的に増やしていくための採用費については、従来の紹介会社による対応では、エンジニア募集の限界がきている。2020 年 6 月期には、これまで参加していなかった転職フェアに参加して反応を見ようと考えている。既に働いている社員向けに、個別で研修を受けたいというニーズには対応していたが、体系化して訓練に費用を使っていく。そういったことをしながら社員を増やしつつ、人件費も、ベースアップとして上げていく。また、製品のブラッシュアップが必要なため、開発に引き続き年間 6000 万円前後をかけていく。

繋がる・広がるロジザード

ロジザードは**現物在庫管理システム**でお客様の経営をサポートします。



オムニチャネルエンジンをプラットフォームにして現物と帳簿上の在庫管理を連動させる

■個人投資家の理解促す

一上場を考えている企業に一言

資金調達というところもあるが、上場を決断するに当たり信用について考えた。我々の製品が顧客のデータを預かるものであり、社是は「顧客の出荷は絶対止めない」。上場したことで、社会の公器として認識してもらい、安心して使ってもらえるというところは、顧客に認められている。上場する会社は、上場して何をするのかということを経営で共有したうえで取り組むことが重要と改めて思った。株価は思ったように動かない。小手先で対応するのではなく、事業を成長させて評価をしてもらいたいと考えている。

我々のサブスクリプション事業は、製品が BtoB のシステムで、顧客の使い勝手を考えて製品をブラッシュアップしながら、収益を積み上げる。市場となる通販では物流量が増えている。事業も市場も成長していくため、株主には長期的な安定成長を見てもらいたい。そのために個人投資家向け説明会を活性化し、事業モデル理解の促進に努めたい。



いろいろな受注管理システムとロジザード Z E R O の連携を望む声が多いと話す三浦取締役

画像などの出典：ロジザード

[2019/10/15：キャピタルアイ・ニュース 鈴木 洋平]