



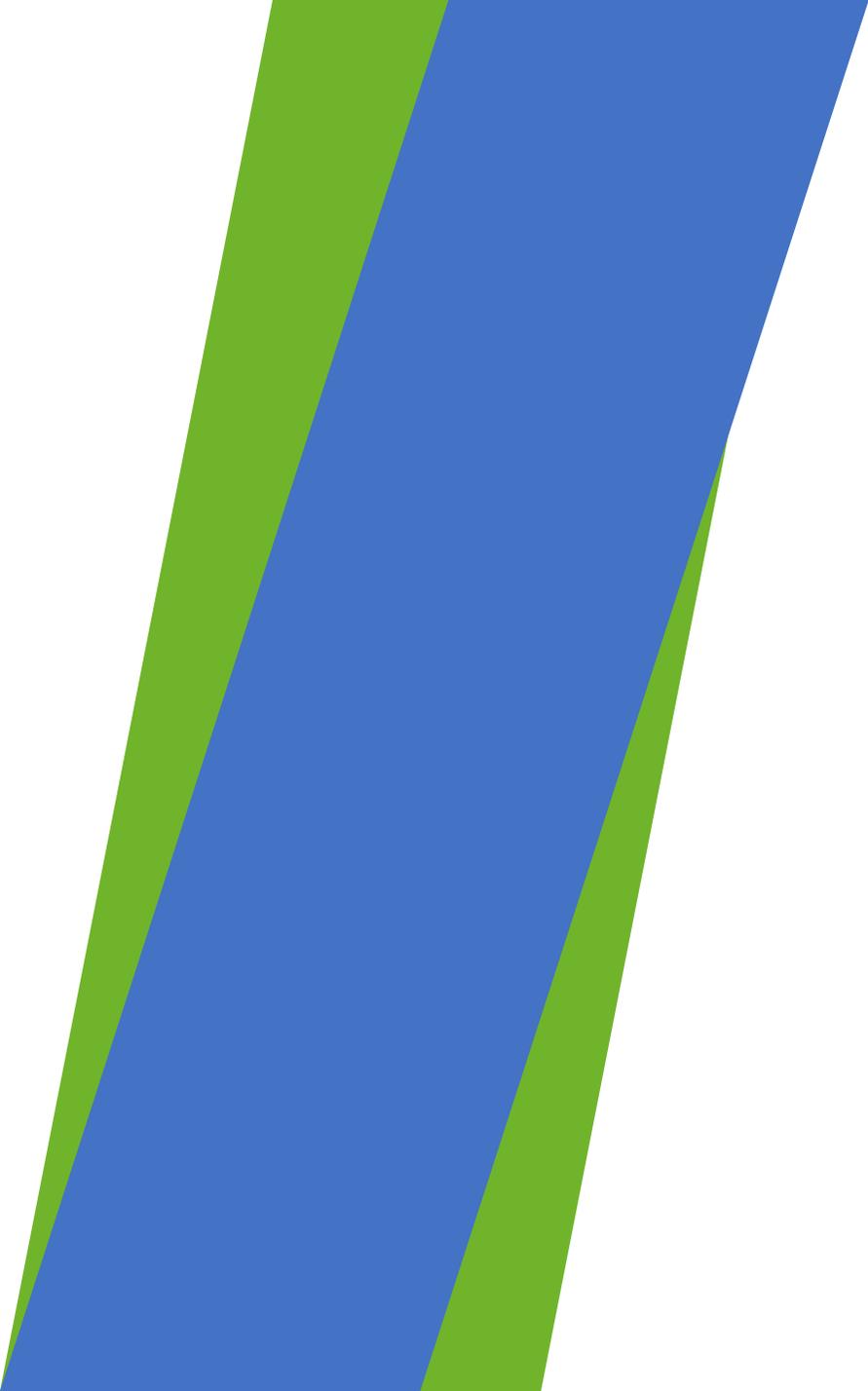
証券コード：9326 株式会社関通

2024/5/30

事業計画及び 成長可能性に関する事項

目次

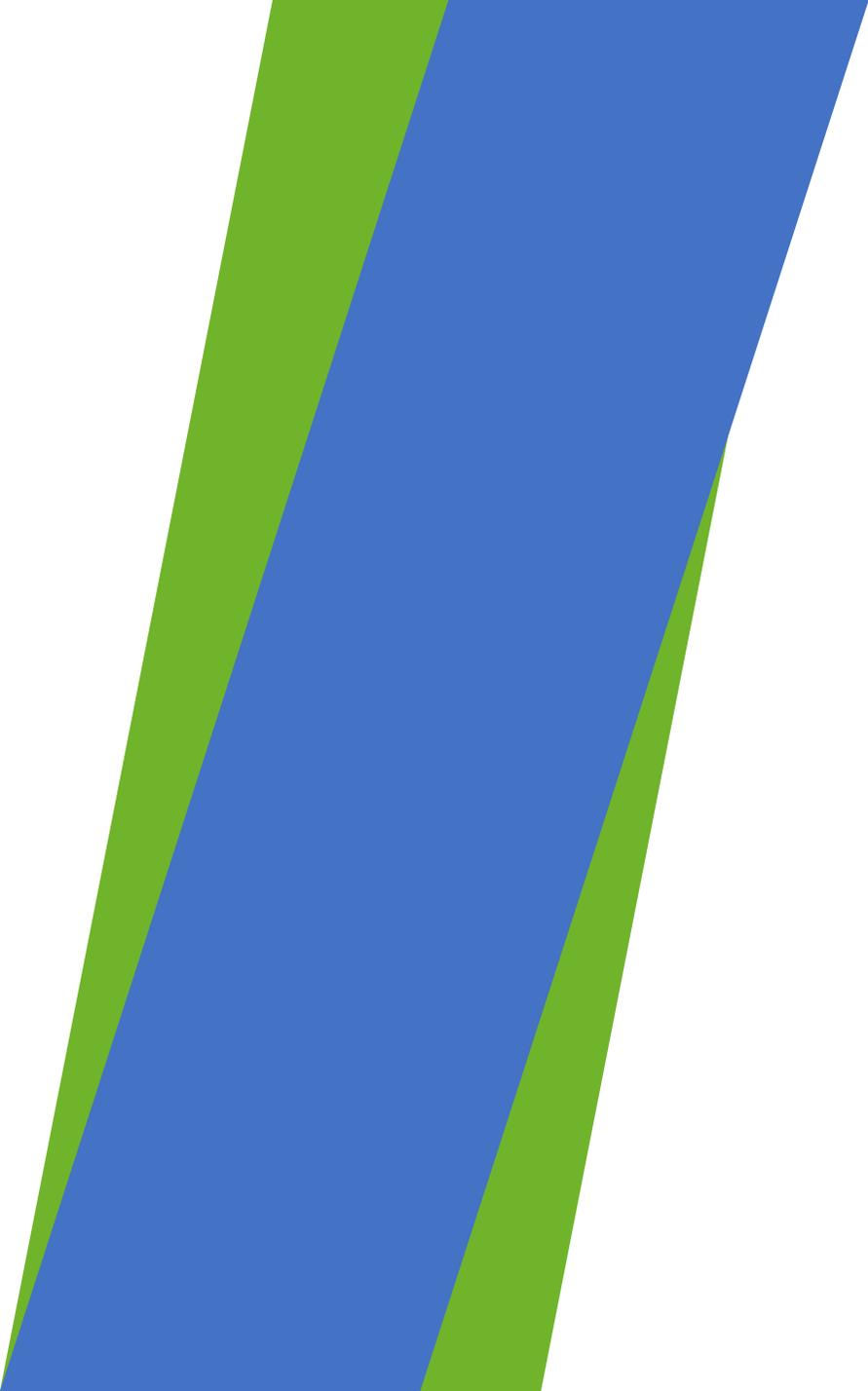
I.	会社概要	3
II.	ビジネスモデル	5
III.	市場環境	11
IV.	競争力の源泉	15
V.	事業計画	25
VI.	認識するリスク及び対応策	45



Ⅰ. 会社概要

会社概要

会社名	株式会社関通	
事業所	関西本社 長田オフィス 東京システム開発部 物流拠点(関通単体)	兵庫県尼崎市西向島町111-4 大阪府東大阪市長田東3丁目3番32号 東洋交易ビル 東京都千代田区神田佐久間町3-37-1 文唱堂ビル 5F 関西14拠点 関東4拠点 [総面積 73,000坪 (2024年2月29日現在)]
子会社	関通ネクストロジ株式会社 株式会社関通ビジネスサービス	兵庫県尼崎市西向島町111-4 兵庫県尼崎市西向島町111-4
設立	1986年4月	
代表者	代表取締役社長 達城久裕	
資本金	788百万円 (2024年2月29日現在)	
上場証券取引所	東京証券取引所グロース (証券コード: 9326)	
従業員数	811名 (2024年2月29日現在)	
事業内容	<ul style="list-style-type: none">■物流サービス事業<ul style="list-style-type: none">EC・通販物流支援サービス受注管理業務代行サービス物流コンサルティングサービス■ITオートメーション事業<ul style="list-style-type: none">倉庫管理システム「クラウドトーマス」チェックリストシステム「アニー」他■その他の事業	



Ⅱ. ビジネスモデル

関通とは？

関通は日本のEコマース、そして 新たな流通チャネルの創出を支える企業です

Eコマースという種は成長を続け、
大きく日本の流通に影響を与えるようになりました。

そして現在、日本の流通はEコマースを中心として周り
その他チャネルと連動するようになりました。



Eコマース市場成長・新たなチャネルの創出を支え続ける関通の物流ソリューション

・ EC 物流

・ 冷凍冷蔵

・ 受注管理代行

・ WMS（倉庫）管理システム

・ 物流テック

・ マルチチャネル対応

・ D2C 物流

and more...

ビジネスモデル概要

関通は、物流サービス事業とITオートメーション事業の二つをもっています。
EC・通販物流支援サービスは2000年頃のインターネット通販の黎明期からスタートし、センター運営のノウハウを蓄積してまいりました。これらノウハウを当社が主催する「学べる倉庫見学会」等をとおしてお客様へご案内し、目で見て耳で聞いて実感いただくことで、更なるお客様獲得につなげております。
物流サービスを提供する中で、当社が取組んだ改善活動の結果、成果が出た取り組みをITオートメーション事業のサービスとしてお客様にご提供しています。



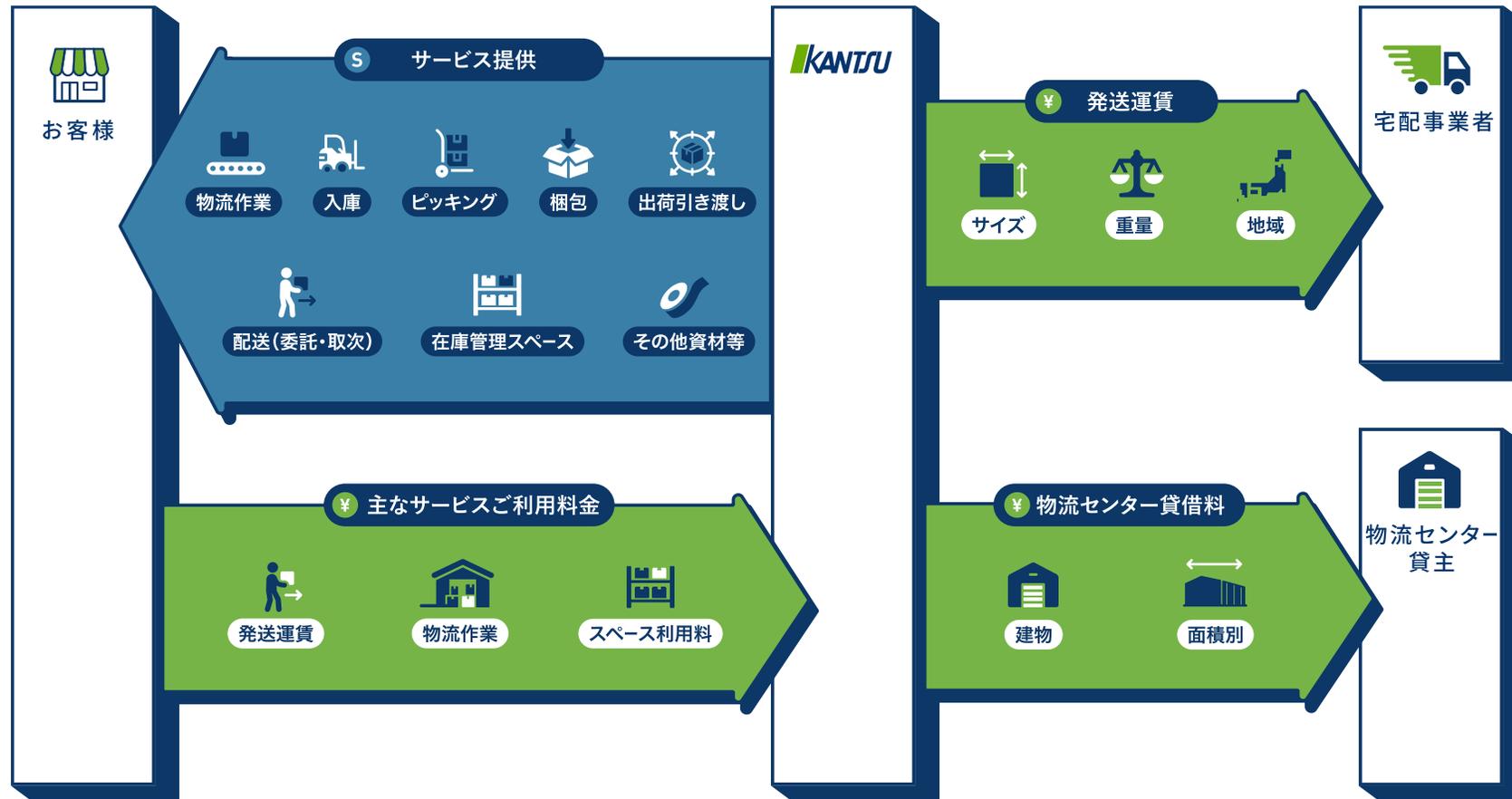
物流センター内で商品の保管、仕分、管理を行う物流事業。細かなピッキングと梱包を得意とし、注文から発送までの業務をワンストップで担う。

物流サービス事業の中核となる WMS (THOMAS) は自社開発され、現在では社外に向けたサービスとして展開。業界内のシェアを年々伸ばしている。

収益モデル [物流サービス事業]

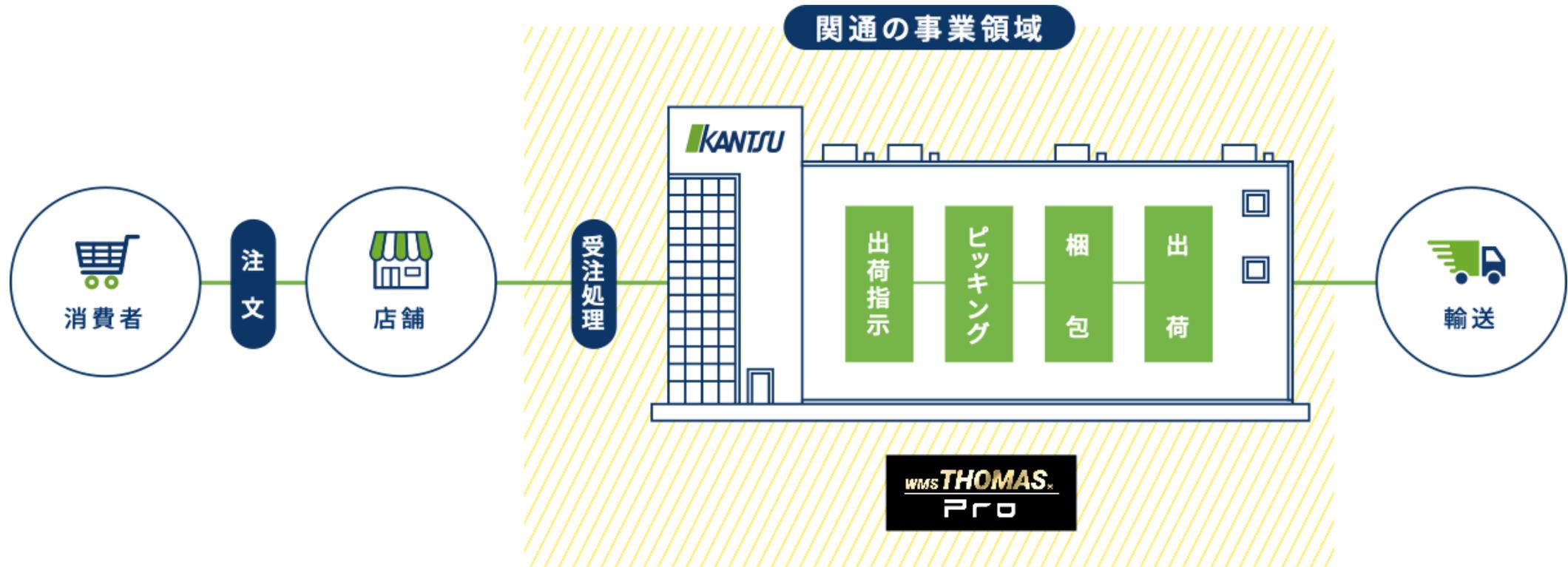
物流サービス事業は、主にEコマース及び通販売業を展開するお客様の販売商品の入庫、在庫管理及び出庫等の配送センター業務をお客様から受託し、お客様に代わって配送センター業務を行うサービスです。

当社グループは2000年頃のインターネット通販の黎明期から培ってきたノウハウをもち、そのノウハウを自社開発の倉庫管理システム「クラウドトーマス」に機能搭載し、物流業務の自動化機器と連携させること等により、サービス提供を行っております。



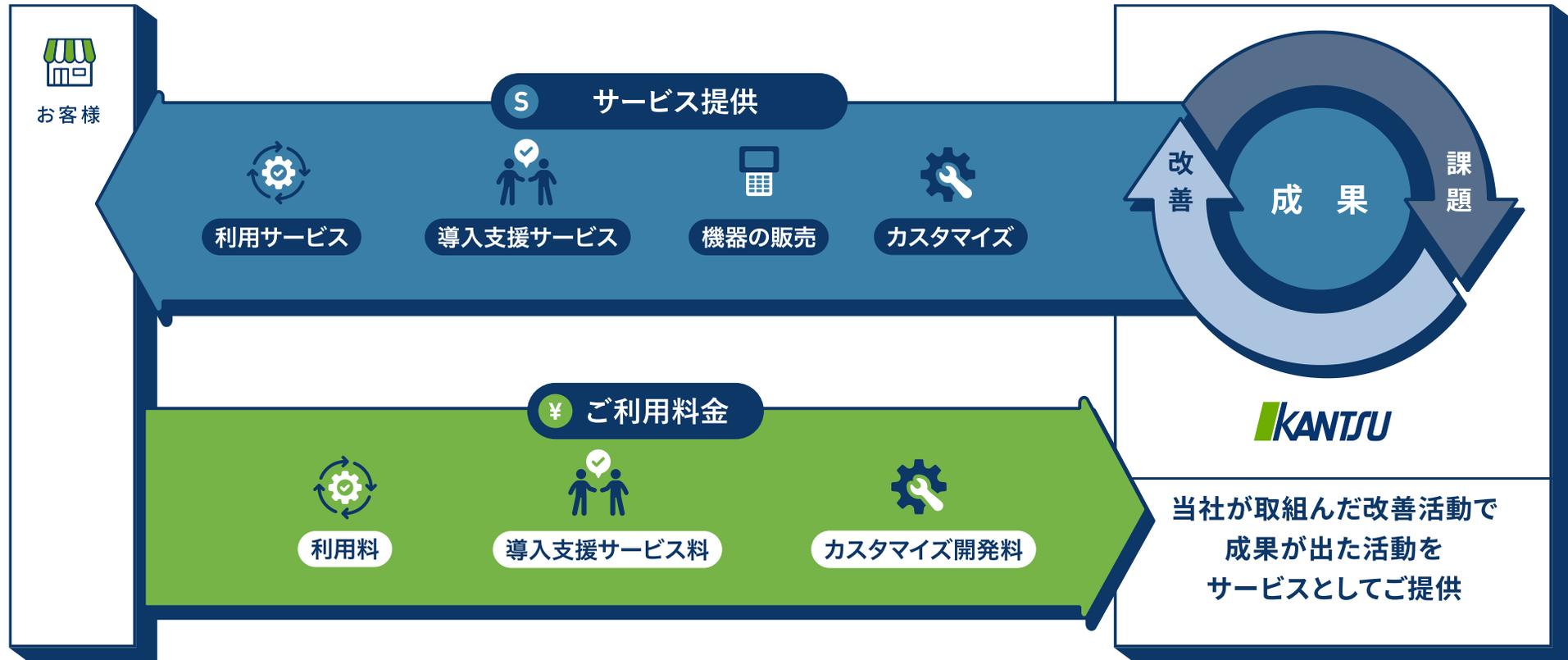
ビジネス領域

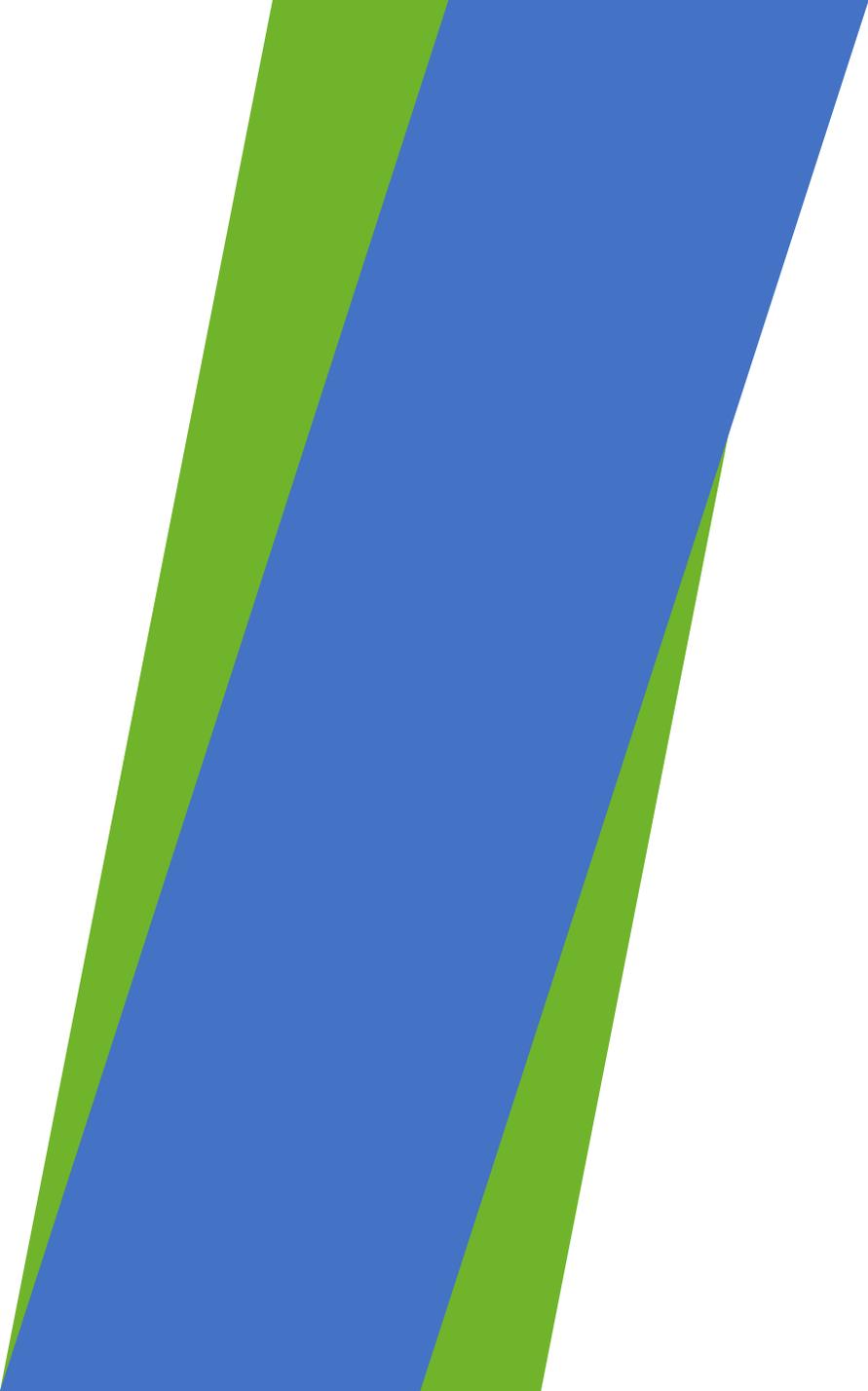
toCビジネスのお客様中心に、倉庫内サービスを提供しております。
消費者から注文を受けた店舗の受注処理を受けて、商品を出荷指示・ピッキング・梱包・出荷まで対応、大手3社中心とした配送会社に荷渡しするまでとなります。
これまでおよそ1,000社様以上の物流改善に携わり、様々な企業様の成長を物流から作り上げてきたノウハウで、お客様の物流改善を行わせていただきます。



収益モデル [ITオートメーション事業]

物流品質を支える自社開発の倉庫管理システム「クラウドトーマス」、現場作業の改善から生まれたチェックシステム「アニー」など、当社の物流現場から生まれたソフトウェアの外販事業として『ITオートメーション事業』を展開しております。自社で取り組んだ改善活動で成果が出た活動を外部に提供、うまく稼働するまでの導入支援サービスの特徴としております。

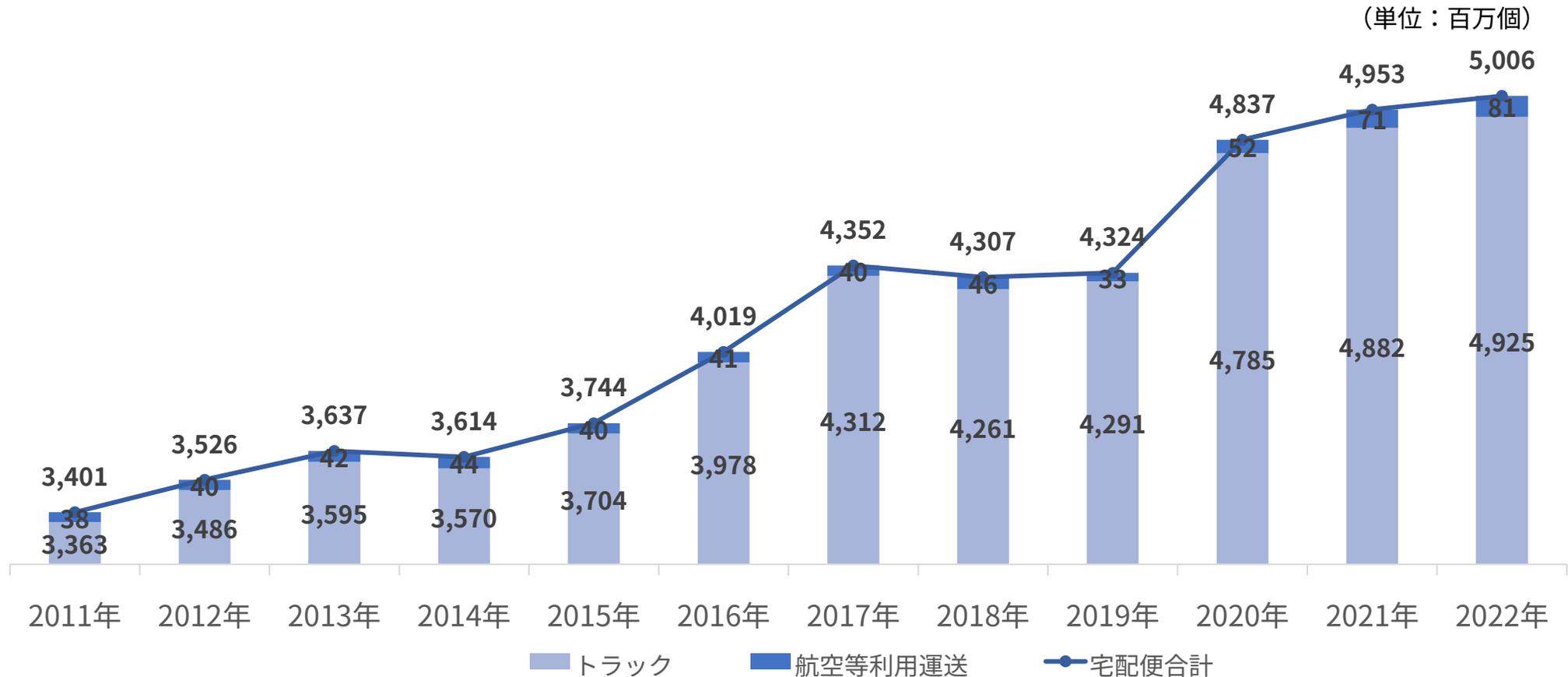




III. 市場環境

市場環境 | 宅配便の個数

ネット通販利用者の増加に伴い、宅配便の取り扱い個数は増加しています。
また、宅配大手以外に特定の運送会社に委託してラストワンマイルのサービスを提供する動きが見受けられ、こちらはグラフには現れず、潜在的個数はさらに増加していると想定しております。



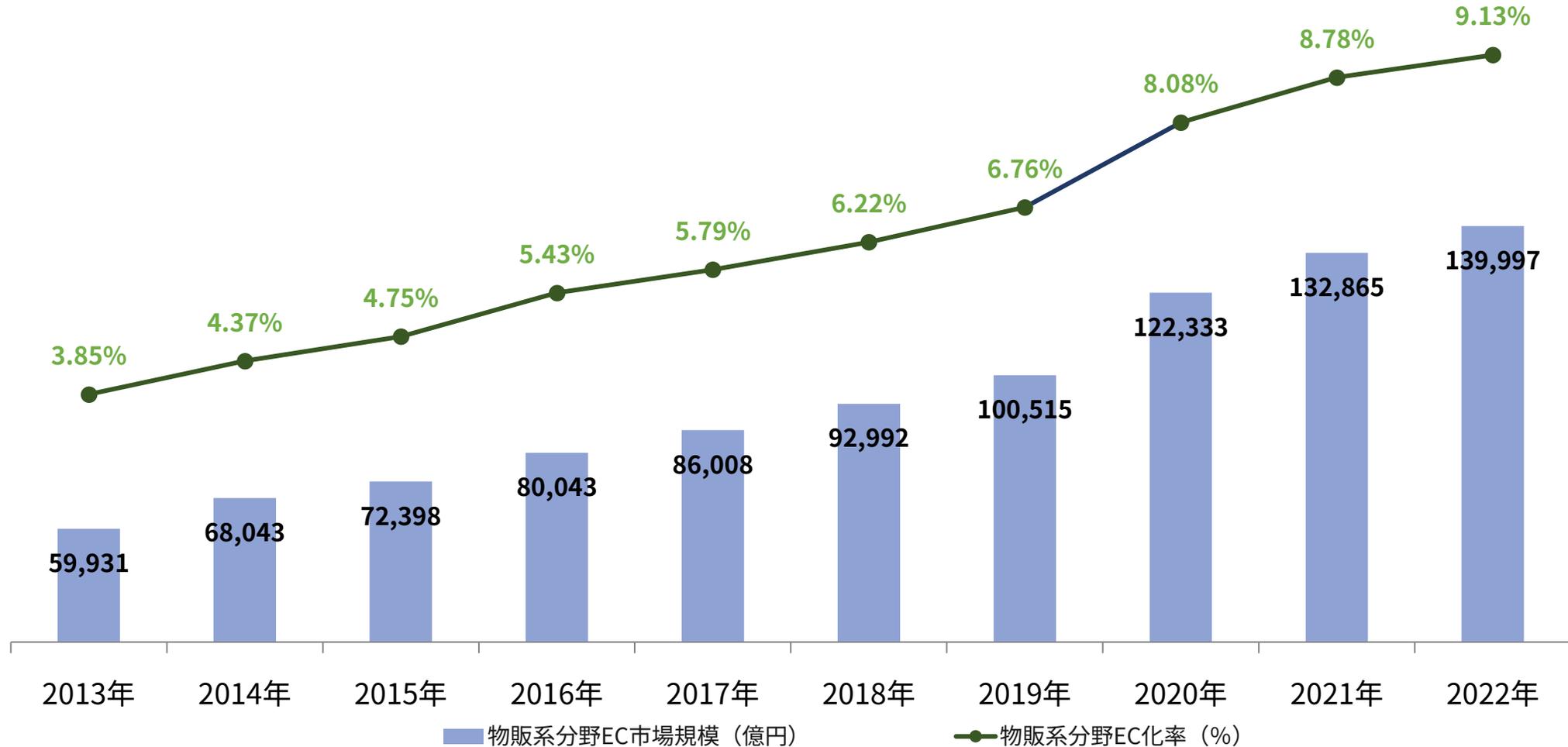
(出典) 国土交通省「令和4年度 宅配便等取扱個数の調査及び集計方法」

(注) 出典の統計情報から、宅配便取扱個数の合計（トラック便利用個数及び航空便等利用個数）について、当社がグラフ化。

市場環境 | EC市場（全体）

引き続き、EC市場は高い成長が予想されております。

（単位：億円、％）



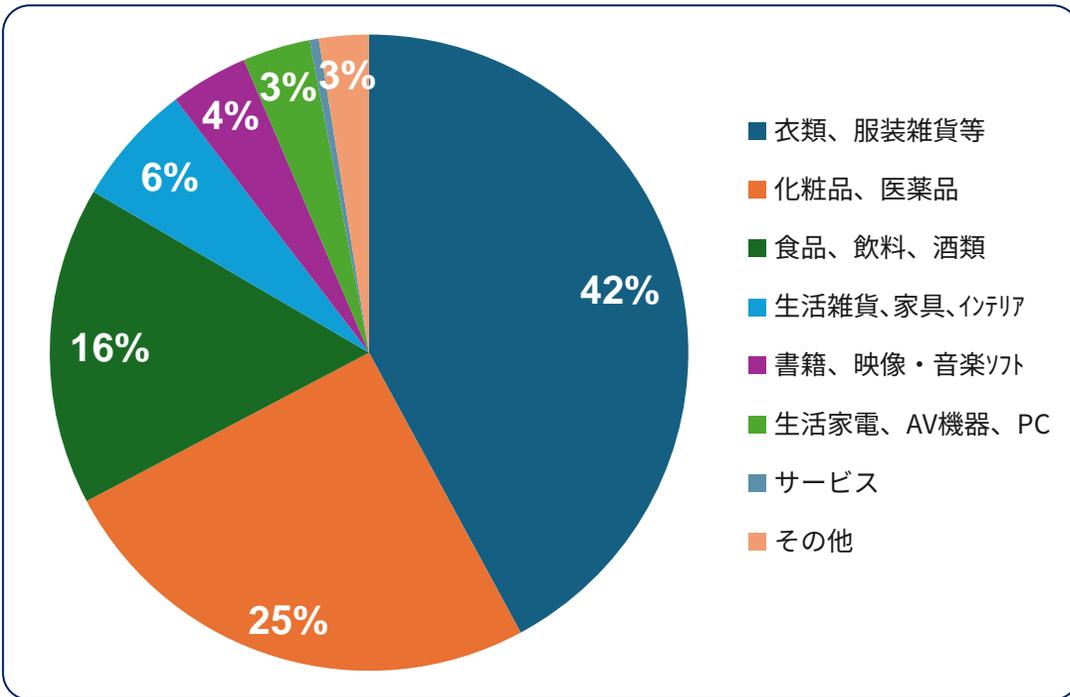
（出典）経済産業省 令和4年度「産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」

（注）出典の統計情報から、当社がグラフ化。

市場環境 | EC市場（分野別）

当社の顧客構成比で高い比率を占める物販系分野の市場規模はコロナ直後より鈍化したものの、なお成長中です。「食品、飲料、酒類」は分類別ではもっとも市場規模は大きい一方でEC化率は低く、ECとしての将来性は高いと考えております。

《関通の分野別売上高2024年2月期》

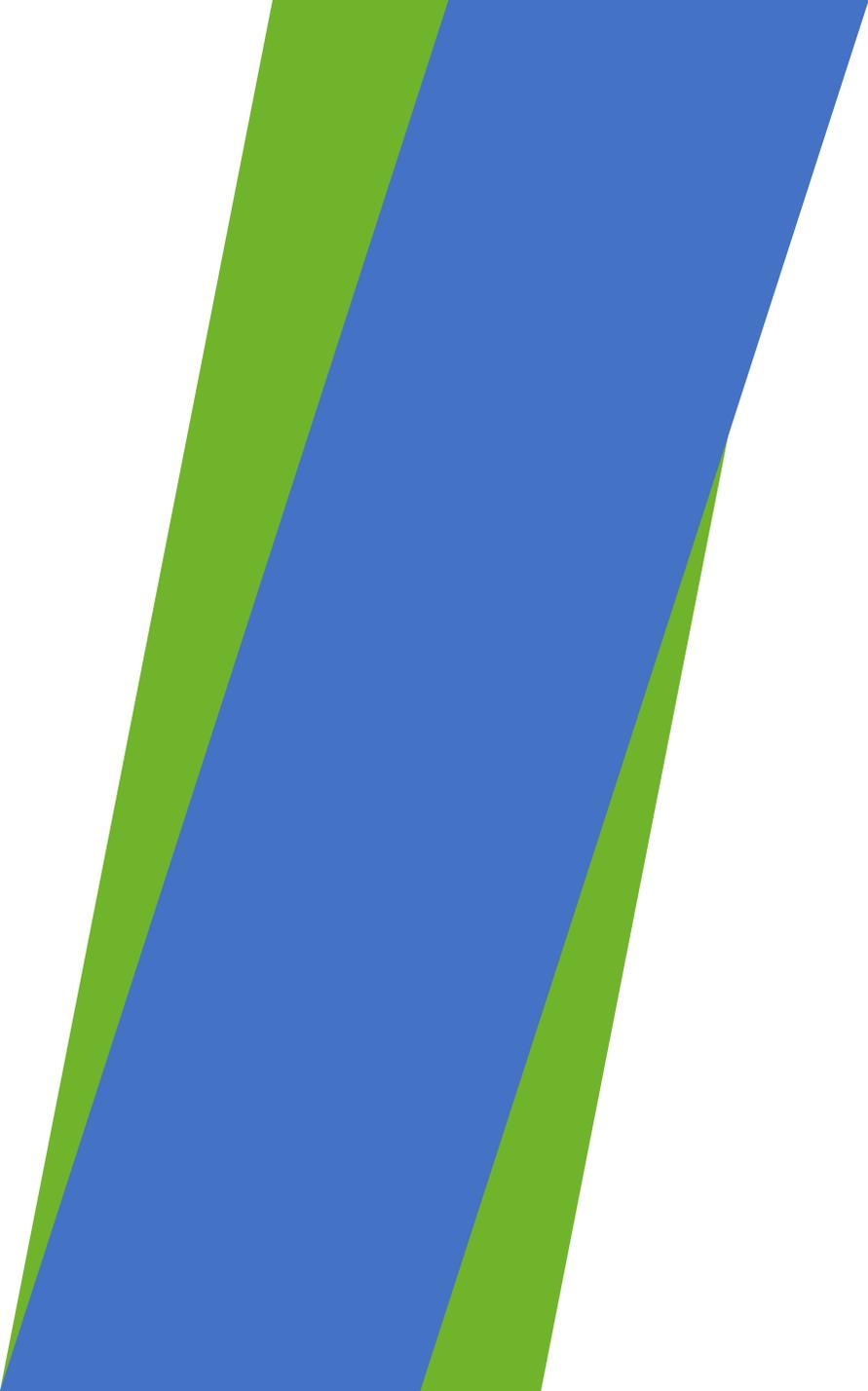


※2024年2月期累計売上高実績上位100社から算出。
 ※楽天は2024年2月期より現在の取引状況にあわせて、「化粧品、医薬品」に分類。

《物販系分野の商品毎BtoC-ECの市場規模》

分類	2020年		2021年		2022年	
	市場規模 (億円) ※下段：昨年比	EC化率 (%)	市場規模 (億円) ※下段：昨年比	EC化率 (%)	市場規模 (億円) ※下段：昨年比	EC化率 (%)
食品、飲料、酒類	22,086 (21.13%)	3.31%	25,199 (14.10%)	3.77%	27,505 (9.15%)	4.16%
書籍、映像・音楽ソフト	16,238 (24.77%)	42.97%	17,518 (7.88%)	46.20%	18,222 (4.02%)	52.16%
化粧品、医薬品	7,787 (17.79%)	6.72%	8,552 (9.82%)	7.52%	9,191 (7.48%)	8.24%
生活雑貨、家具、インテリア	21,322 (22.35%)	26.03%	22,752 (6.71%)	28.25%	23,541 (3.47%)	29.59%
衣類、服飾雑貨等	22,203 (16.25%)	19.44%	24,279 (9.35%)	21.15%	25,499 (5.02%)	21.56%
その他	32,696 (25.14%)	27.54%	34,564 (5.71%)	27.85%	36,038 (4.26%)	30.49%
合計	122,333 (21.71%)	8.08%	132,865 (8.61%)	8.78%	139,997 (5.37%)	9.13%

(出典) 経済産業省
 (注) 令和4年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）から、当社がグラフ化。



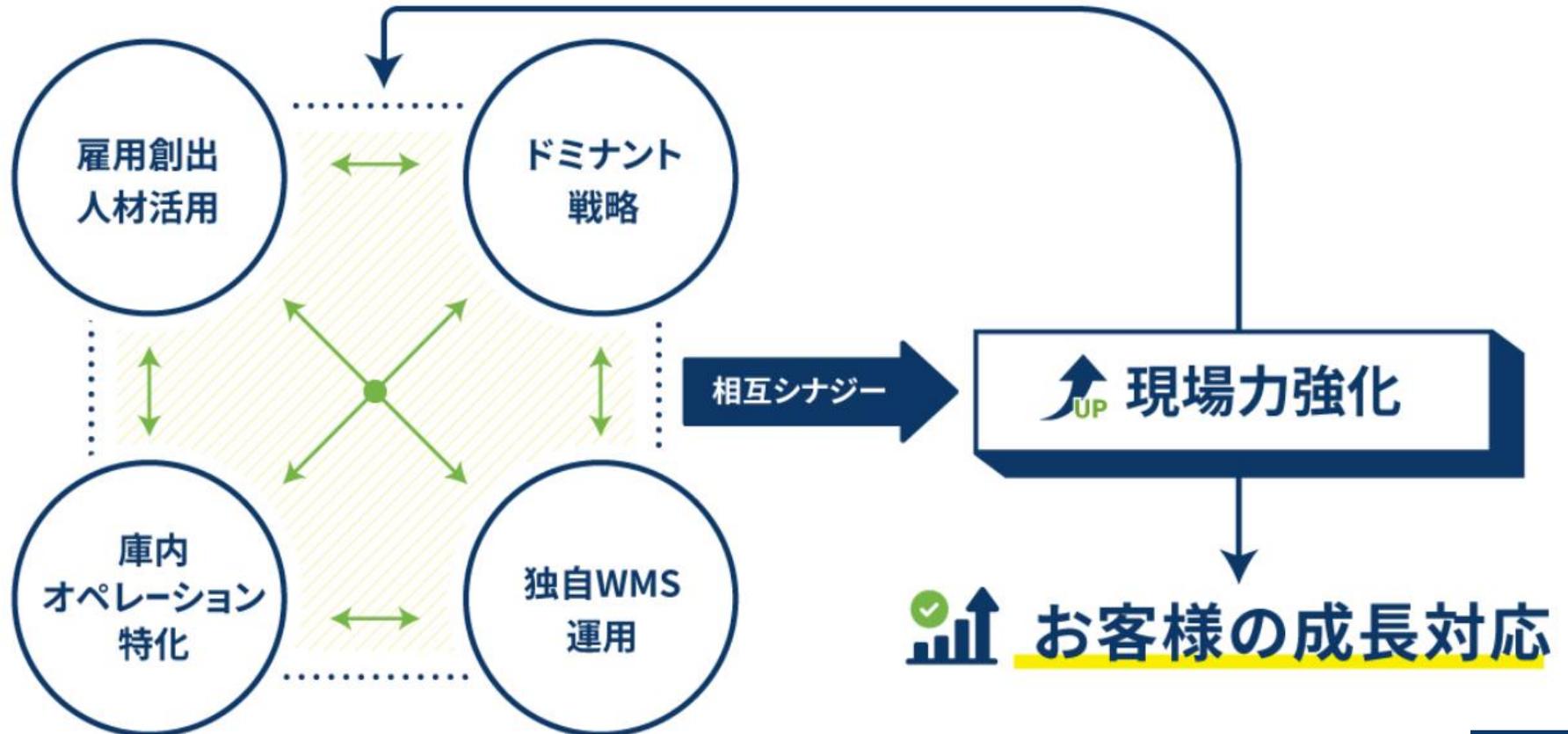
IV. 競争力の源泉

- ① **ドミナント戦略**
- ② **お客様の波動対応**
- ③ **お客様の成長対応**
- ④ **お客様の課題対応(倉庫見学会)**

当社の強み

関通はお客様の声を聞き、お客様の要望に泥臭く対応しこたえる中でお客様とともに成長してまいりました。自社倉庫サービスの中からうまくいったことをかたちにしていくことで、ドミナント戦略・人材の活用や雇用の創出、独自WMSの開発、独自の庫内オペレーションの構築が為され、相互シナジーを形成し、関通の強みとしての現場力の向上につながっております。

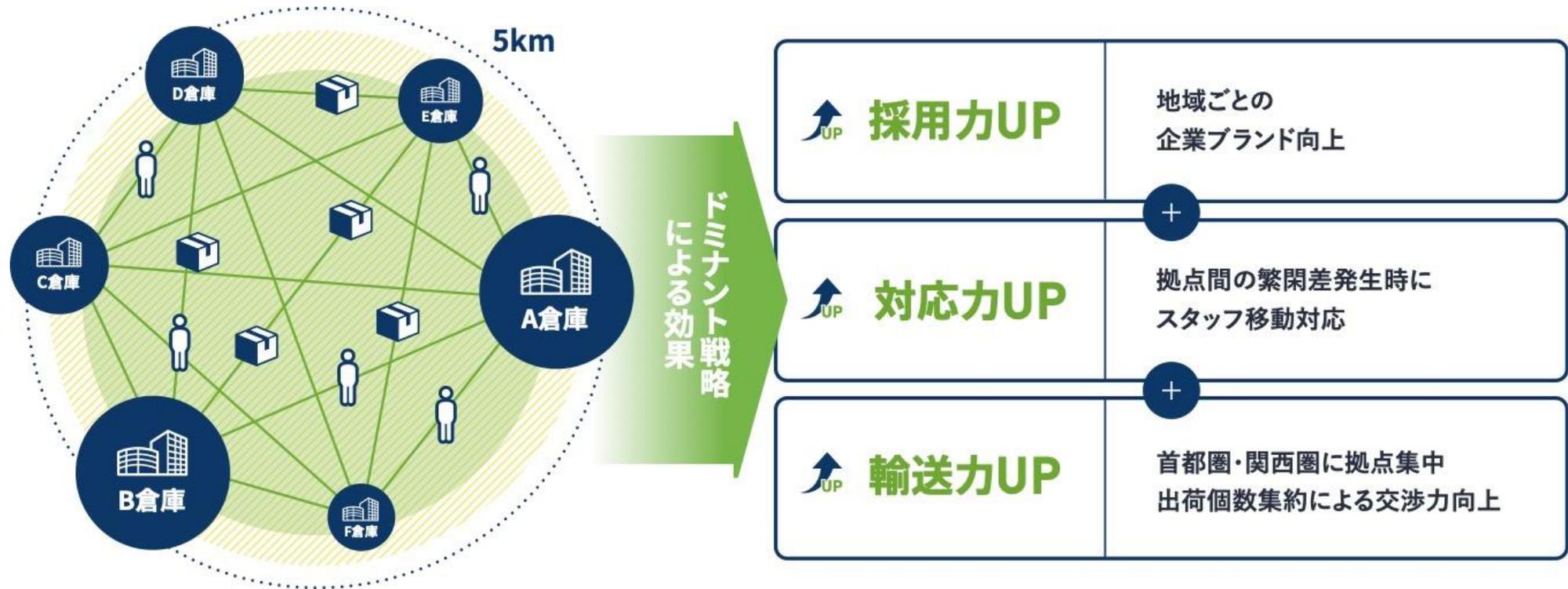
時代は変わってITを利用する機会が増える中でも、この相互シナジーを継続し、お客様の成長にこたえ続けてまいります。



当社の強み①ドミナント戦略

埼玉県新座市・兵庫県尼崎市・大阪府東大阪市をドミナント拠点とし、各地域の倉庫拠点を5Km圏内に集中させています。この立地戦略により、エリア内の人員配備をフレキシブルに対応させることが可能となり、お客様の波動対応と成長対応を実現しております。

また、地域内に集中して倉庫展開することで認知度が高まり企業ブランドが向上、採用にも一定の効果をお見せしております。



当社の強み①ドミナント戦略

関東・関西合わせて、20拠点（総面積約91,200坪・新設の2センター面積を含む）で、物流サービスをご提供いたします。

※掲載している拠点は一部となります。

拠点合計 **91,200**坪

※計画中の2センターを含む

東大阪エリア

尼崎エリア

関東エリア



関東エリア

拠点合計 **27,100**坪

- 東京主管センター
- 東京第一物流センター
- 東京第三物流センター
- 東京第四物流センター



東大阪エリア

拠点合計 **12,300**坪

- 東大阪第二物流センター
- 東大阪通販物流センター
- 東大阪EC物流センター



尼崎エリア

拠点合計 **42,500**坪

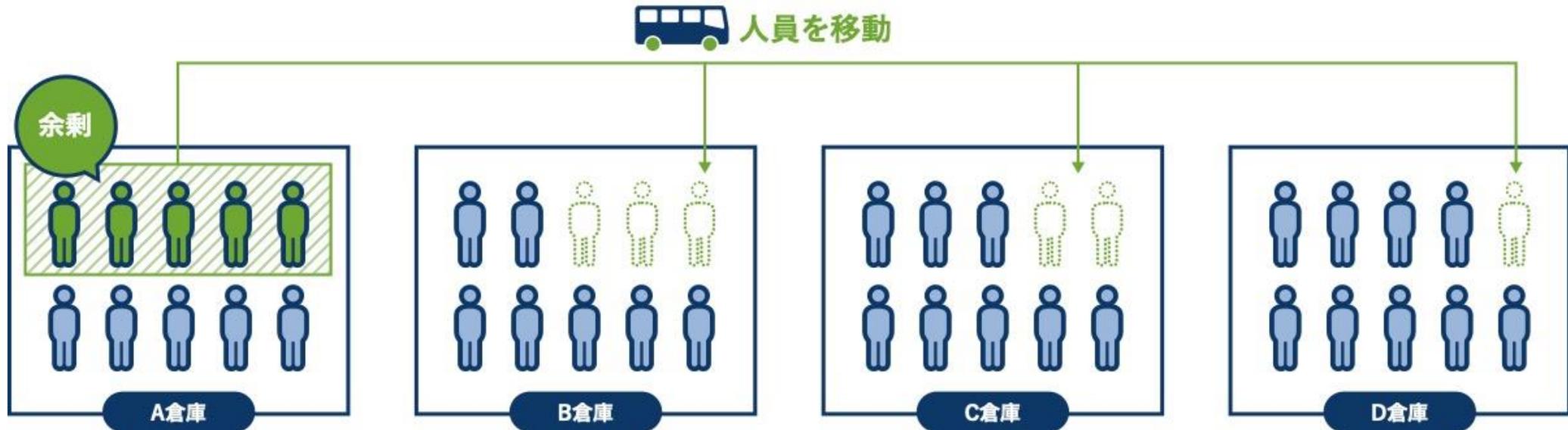
- EC通販物流センター
- 関西主管センター
- DXセンター
- D2C物流センター
- D2CII物流センター
- アグリベース

当社の強み②お客様の波動対応

繁忙期・閑散期による出荷量の変動はもちろん、楽天やアマゾンなどのモール系ではイベントが頻繁に行われます。そのイベントごとの出荷ボリュームを予想し各チームとの人員フォーメーションを事前に共有・計画に落とし込む事で、お客様の物流最大化と人員回転効率の最大化を実現します。また、同一日内でも近隣倉庫同士で連携し、人員の移動を迅速に行うことでお客様に対応しております。

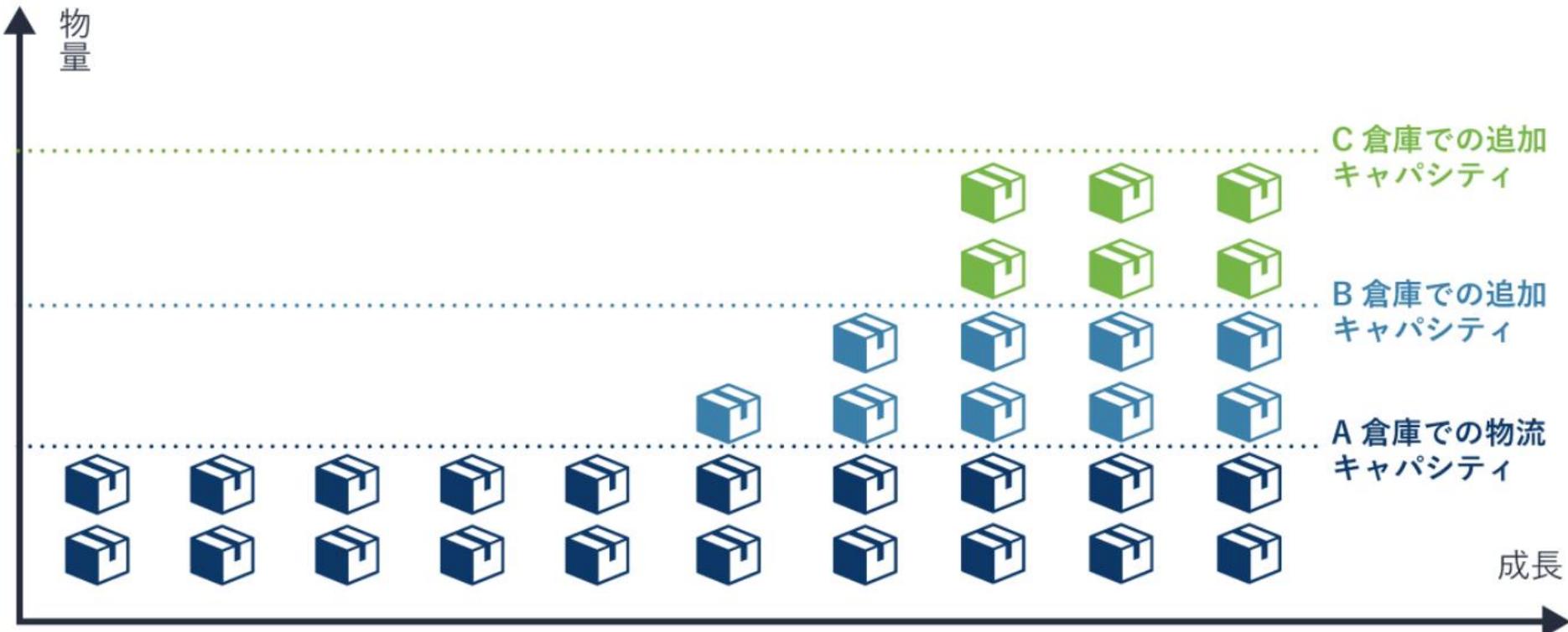
エリア内倉庫間の人員連携

例えば、A倉庫のお客様の発送業務が明日急にストップとの連絡があった場合、A倉庫の人員の稼働率が急に下がります。しかし、このドミナント戦略によりA倉庫の人員をB~D倉庫の人手不足の現場に配置することで稼働率をあげることが可能になります。



当社の強み③お客様の成長対応

お客様の成長キャパオーバーをカバーする成長対応、お客様の売上成長に対する出荷量とスペースの確保も柔軟に対応可能。アウトソーシングの一番の効果は、自社では対応できなかった「キャパシティーを超える」というところにあります。成長過程でのお客様の声でもっとも多く聞くことは「今の倉庫ではこれ以上出荷できない」との声です。倉庫間で連携が取れる距離内に配置を行うことで、スムーズな物流連携がいつでも取れる体制を構築し、1拠点での対応キャパシティーの限界値をエリア戦略により回避することで、お客様の成長や出荷増大に対応出来ます。



当社の強み④お客様の課題対応(倉庫見学会)

年間約130社、累計1,200社を超える企業の社長・役員クラスが参加する、物流改善のノウハウ提供と、お客様の物流課題をお聞きし課題解決提案につながる場です。

毎月有料（お一人様3万円）で実施しており、課題意識へのモチベーションが高い社長や役員クラスの方々が見学会に参加していただいております。自社倉庫の物流改善などのために、弊社倉庫の仕組みやノウハウを実際の倉庫を見学していただいております。また、実際にお客様の物流改善への具体的ご提案へ発展するケースもありお客様とのマッチングの場として大切なポジションを担っております。

毎月有料で実施

学べる倉庫見学会

喫緊の課題を持つ企業の社長や役員幹部クラスが参加

現場見学



人材教育



IT・DX化



現場改善



ノウハウ

+

セミナー



物流改善セミナー



関連DXセミナー

学べること

- ✓ 生産性の改善
- ✓ 出荷精度の改善
- ✓ 人材教育の改善
- ✓ IT&ロボット化

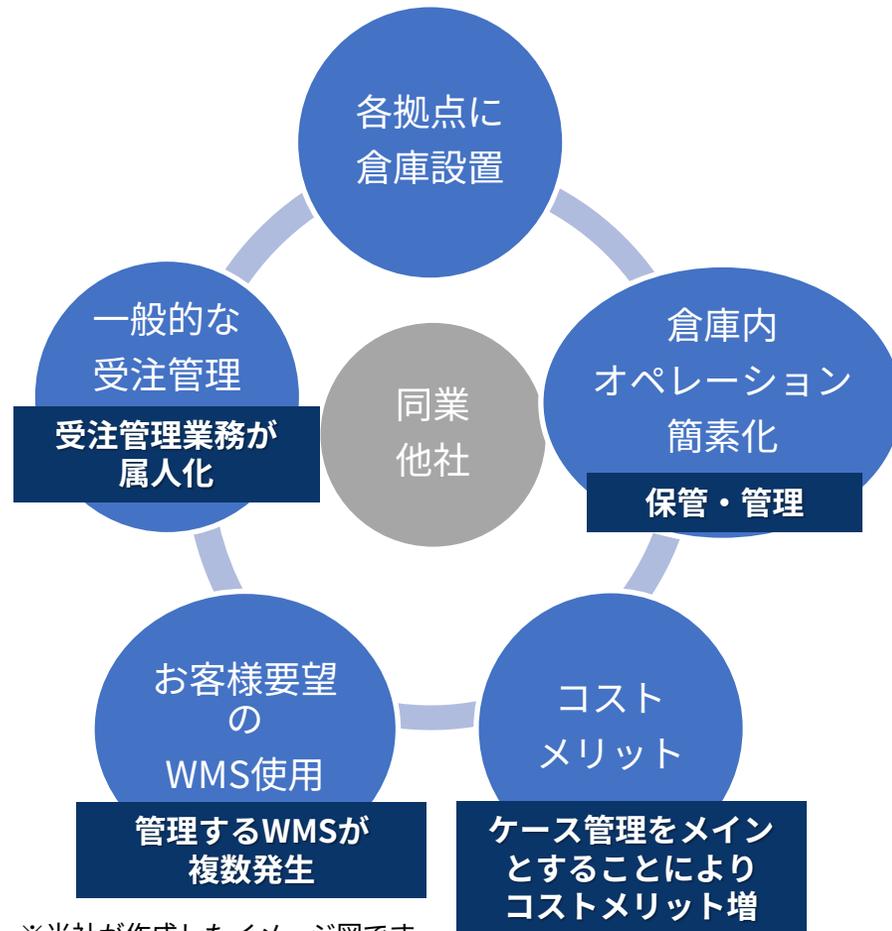
課題可決に直結する提案発展
ビジネスマッチングの場として大きな役割



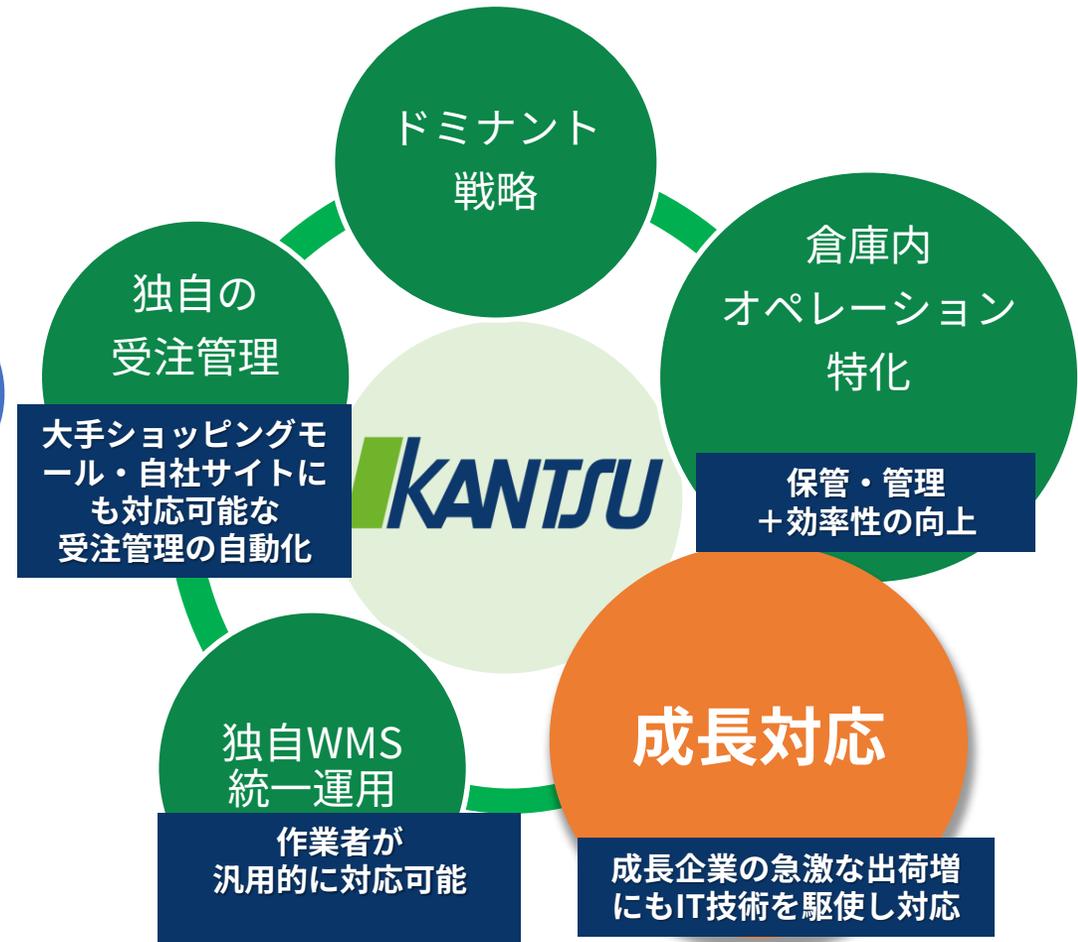
競合環境 [物流サービス事業]

コストメリットに重点を置き、
保管管理を簡素化。

BtoC 企業をメインターゲットとした「細かな対応」。
IT技術を駆使し、お客様の成長に対応。



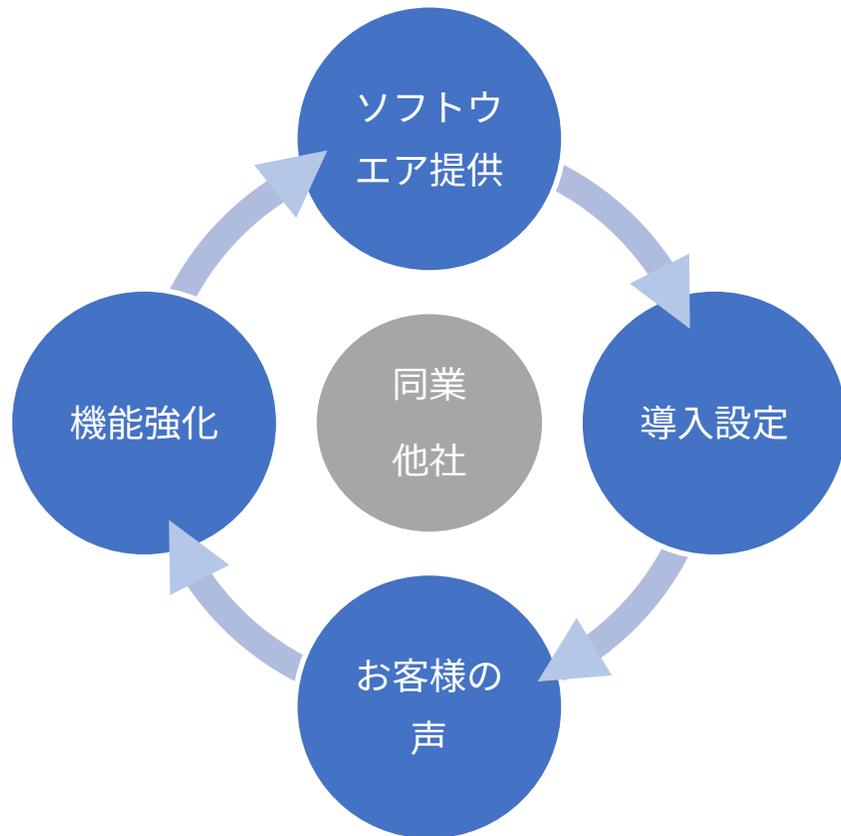
※当社が作成したイメージ図です。



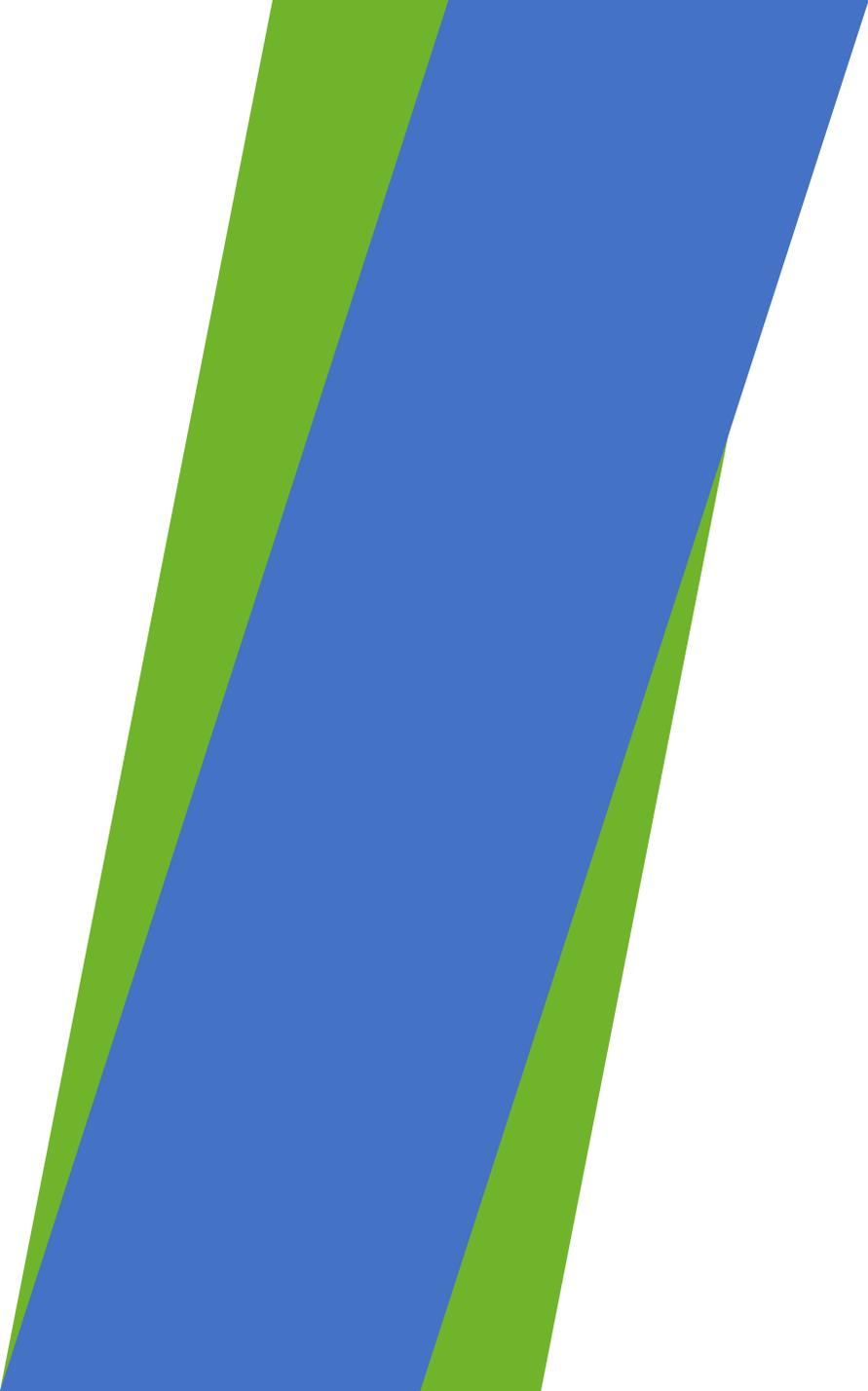
競合環境 [ITオートメーション事業]

一般的にソフトウェア導入設定後は
クライアントが対応。

物流現場で生まれたITシステム
ソフトウェア導入設定後、当社がクライアント現場で徹底サポート。
物流現場での課題に対する改善を提案。



※当社が作成したイメージ図です。



V. 事業計画

【通期計画・連結】2025年2月期

売上高は2023年12月設立の関通ネクストロジと連結になり15,000百万円を越える計画です。
前期開示していた中期経営計画の16,000百万円に近い数値となっております。
内部体制を再構築する1年ではありますが、利益は下期に回復し前期比30%程度増となり計画です。

(単位：百万円)

	2024/2期 通期累計 [実績]	2025/2期 通期累計 [計画]	前期比	
			増減額	増減率(%)
売上高	11,938	15,871	+3,933	+32.9
営業利益	410	542	+132	+32.3
経常利益	406	522	+116	+28.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	49	352	+303	+609.8

【通期計画・連結セグメント別】2025年2月期

物流サービス事業は、前期12月設立の関通ネクストロジの数値が積み上がり約15,000百万円を計画しております。
ITオートメーション事業は、内部体制再構築の元、サポート体制の強化に努める1年としております。
(機器・導入・開発には新商品ECOMS分を含む)

(単位：百万円)

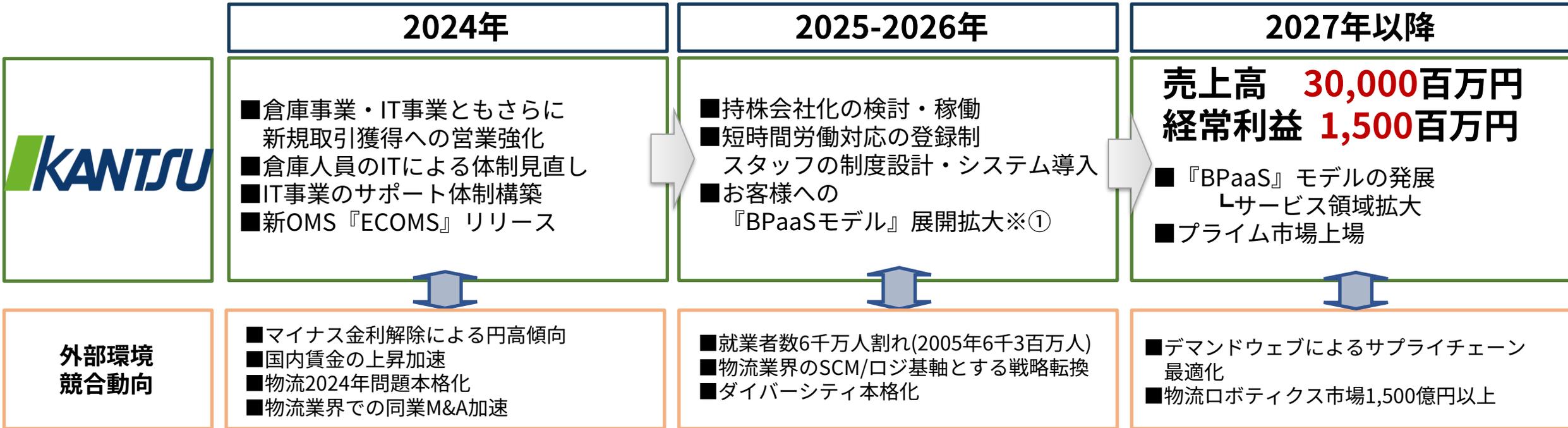
		2024/2期 通期累計 [実績]	2025/2期 通期累計 [計画]	前期比 増減率(%)
物流サービス事業	売上高	11,197	14,801	+32.2
SaaS利用料	売上高	350	435	+24.2
機器・導入・開発	売上高	284	547	+92.6
ITオートメーション事業 合計	売上高	634	982	+55.0

中期での成長イメージ

ローリング後の中期経営計画の見送りについて

2024年現在の経営環境においては、2023年度の日本国内の最低賃金の上昇率が4.5%と過去最高の上昇率を計上する等、環境変化の拡大は2024年2月期の弊社業績に大きな影響を及ぼし、計画に対して下方修正を行うに至りました。

他にも、いわゆる2024年問題の影響がどの程度今後の事業環境に影響を及ぼすか不透明であり、M&Aを積極的に進め、事業展開やそれに伴う組織体制の変化の可能性なども含めて考慮すると、今後の当社グループ業績への影響を3か年の計画に織り込むことはリスク要因が多く、適切ではないと判断し、現時点では投資者の投資判断に適切かつ合理的な中期経営計画の策定が困難であると考えております。関通の今後の「成長イメージ」として、下記を記載させていただきます。



※外部環境：(出典)『フィジカルインターネット』(フィジカルインターネット実現会議作成)

※①BPaaSとは、一部業務の受託先へ改善提案(BPO)するだけでなく、クラウドサービスを組み合わせ(SaaS)することで、業務プロセス全体の受託改善ができる、主にバックオフィス・コールセンター・広報マーケティングなどのノンコア業務で提供されるサービスのこと

成長戦略

1

【全社戦略】

M&Aを活用した業容拡大を推進し、将来的なプライム市場への移行に向けた企業価値向上を目指す ※P40参照

2

【物流サービス事業戦略】

物流センター増設による物流サービス事業の拡大

- ・ 2024年2月期から2期間の拠点開設予定により合計18,160坪増加予定。 ※P42参照

3

【物流サービス事業戦略】

冷凍物流設備への投資を行い、冷凍通販物流分野で日本一になる

- ・ 冷凍設備は満床、冷凍冷蔵の共配網の構築を引き続き進めてまいります。 ※P35・36参照

4

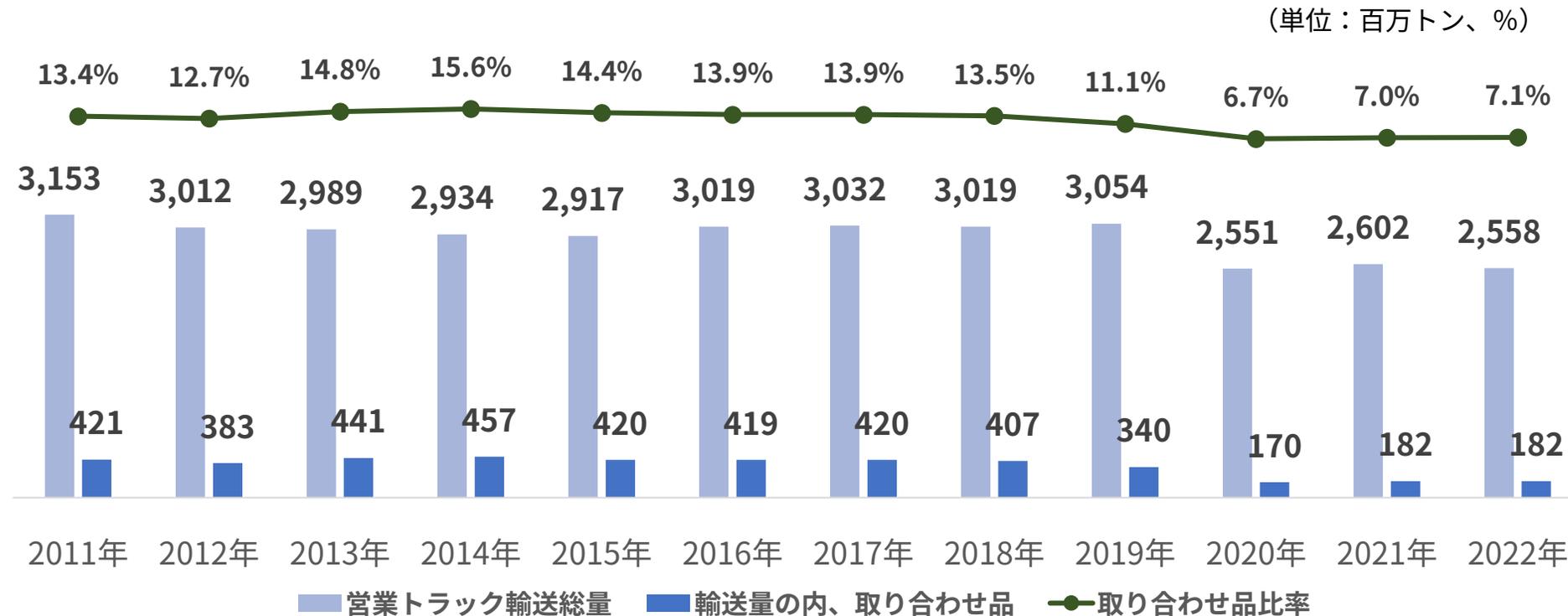
【ITオートメーション事業戦略】

ITオートメーション事業の新規獲得強化

- ・ 受発注システム「ECOMS(エコムス)」の開発により、受発注業務の自動化による効率性の向上を実現してまいります。 ※P31・32参照
- ・ キヤノンITソリューションズ様との業務提携により事業規模拡大を継続推進。

事業環境 | トラック輸送総量と宅配物量の推移

2024年問題においてドライバー不足が取り上げられておりますが、国内トラック輸送量の内、宅配関連と想定される物量は2022年で最大7.1%でしかなく、同問題のtoCビジネスへの影響はそれほど大きくはない可能性を考えております。



(出典) 国土交通省「自動車輸送統計年報」

(注) 出典の統計情報から、当社がグラフ化。

(注) 取り合わせ品とは、引越荷物、郵便物・鉄道便荷物・貨物、自動車特別積合せ貨物、内航船舶小口混載貨物等、宅配関連を含むと想定される商品群。

成長戦略 | ECモール課題への対応

楽天やAmazonを中心に大手各社から、物流品質向上を意図して出展企業に対して、物流スピードや体制に対する強化が進められております。楽天の最強配送（楽天が2024年度から導入する「配送品質向上制度」）等はその一例です。

そういった背景から、ECモールへの出店企業各社には人手不足・在庫管理精度UPや業務効率化への対応力が求められています

我々関通は物流課題を先読みし、その課題（未来）への対応を行ってきました。

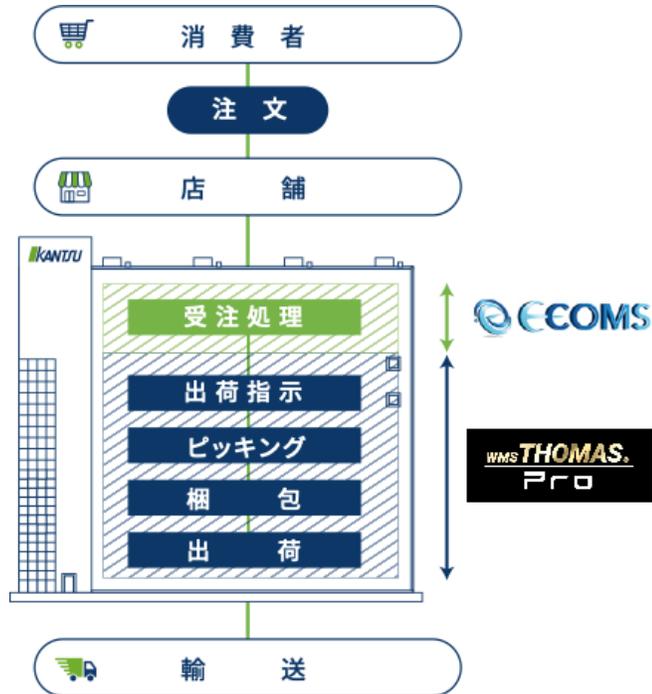
今後、更なる課題対応として自社開発のOMS「ECOMS」の導入による受注管理完全自動化を2024年中にスタート。

24時間365日での自動受注処理が可能になります。



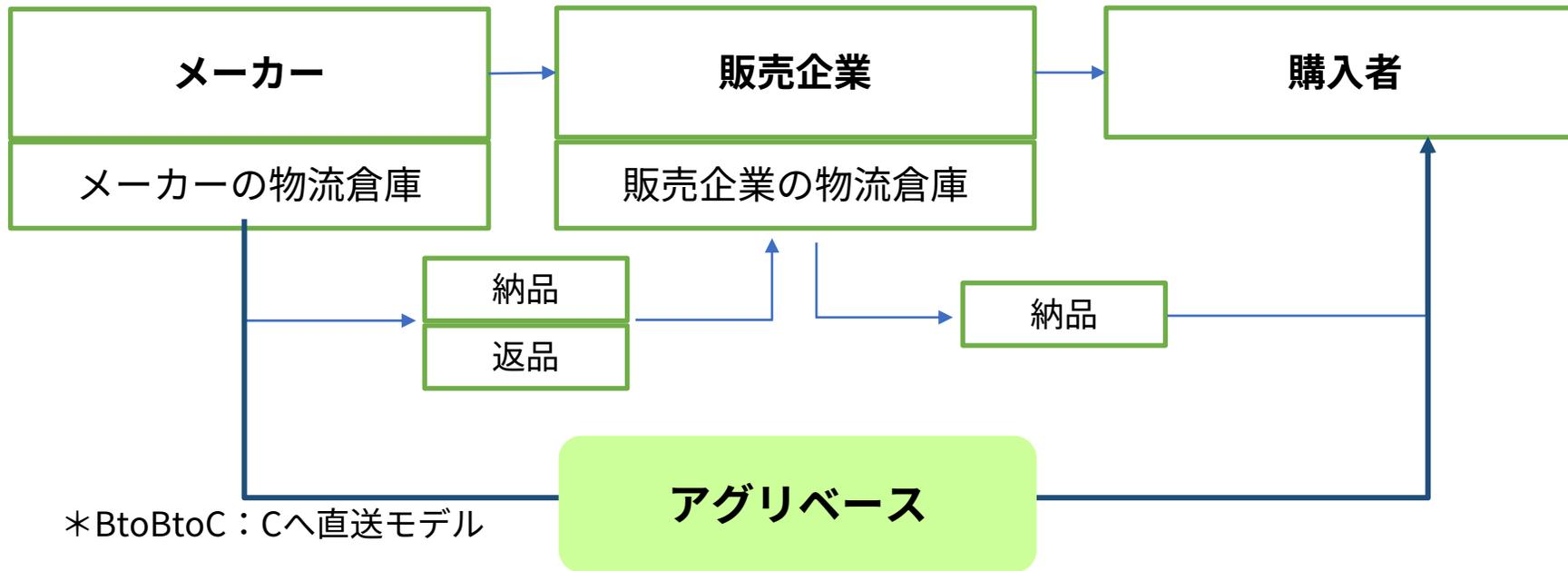
成長戦略 | 『ECOMS』の開発・効果

これまで自社主導としては事業領域外であった受注処理業務が、自社開発の自動受発注システム「ECOMS(エコムス)」を導入することによりあらたなサービス領域になります。さらに自社開発の在庫管理システム「クラウドトーマス」と連携させることで受注から出荷までの完全自動化を提供します。これまで決まった時間に受注することで、倉庫側としてはその受注時間に合わせた作業を行う必要がありましたが、ECOMS導入後は、物理的には24時間いつでも受注対応することが可能となります。トラックへの引き渡し時間に向けて、逆算した倉庫内作業時間を計画的に対応できるようになり、作業人員の削減や時間活用の有効化が可能となります。現在は自社倉庫内でのテスト稼働中ですが、2025年2月期中に新たなサービスとして外販を視野に入れております。



成長戦略 | アグリベース

「物流2024年問題」で明確な課題は、運送会社の運賃高騰と荷量制限・納期遅延の発生です。この課題に関通として対処するのに必要なことは「集約と統合」です。これを実現するための物流センターとその機能をご提案するサービスが「アグリベース」です。アグリベースとは造語です。関通へ委託する取引先とその販売先の両社が同じ倉庫内に並ぶことで取引先は荷物の運送費削減、その販売先は納品時間（リードタイム）の短縮が得られます。この形態を「統合」という意味で「アグリベース」で呼んでいます。



*BtoBtoC : Cへ直送モデル

荷主企業にとって

販売のための輸送回数・輸送個数を減らすことができ、コストパフォーマンスが高まる。販売機会のロスが軽減する。

ベンダーにとって

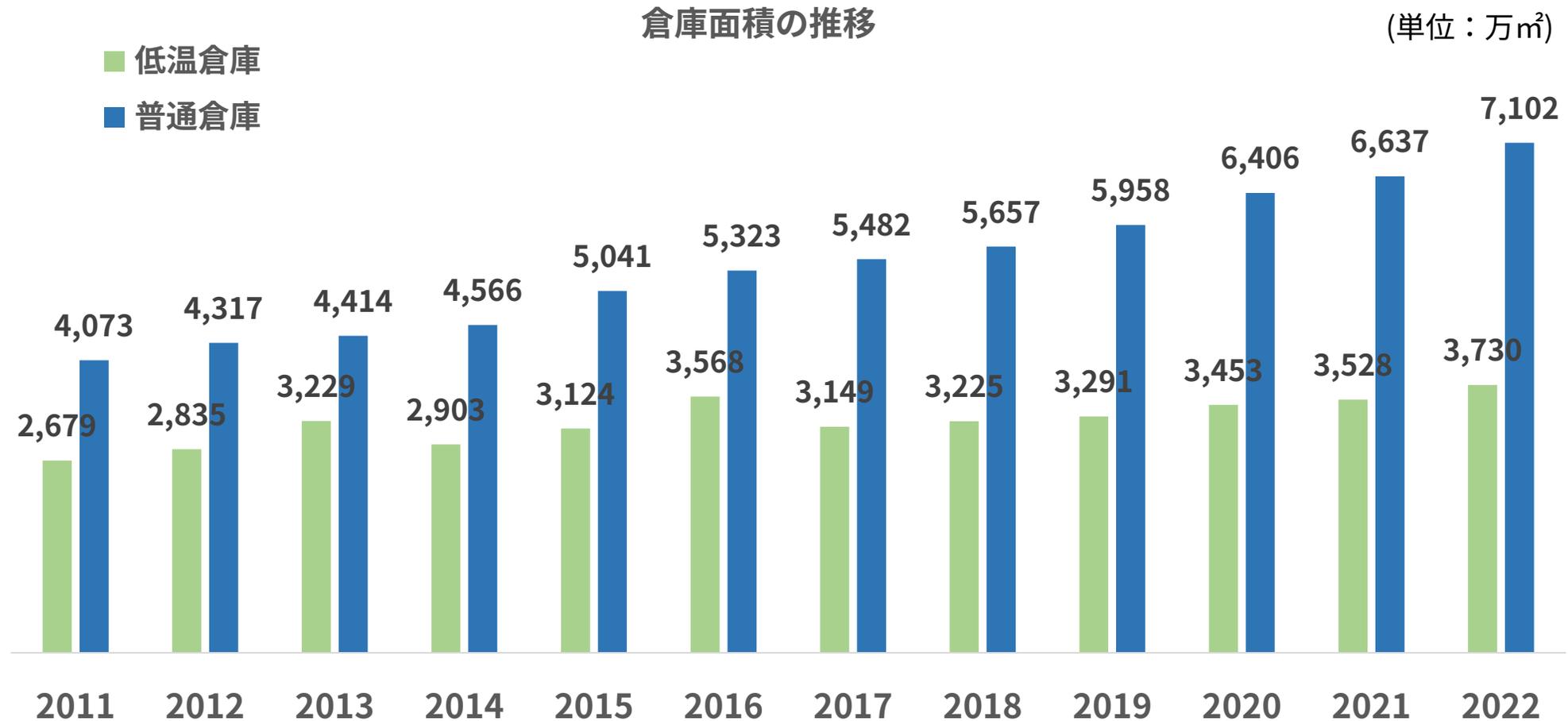
納品のための輸送回数・輸送個数を減らすことができ、コストパフォーマンスが高まる。

社会にとって

CO2の削減や梱包資材のカットなど、SDGsへの貢献にもつながる。

事業環境 | 普通倉庫床面積と低温倉庫床面積 推移

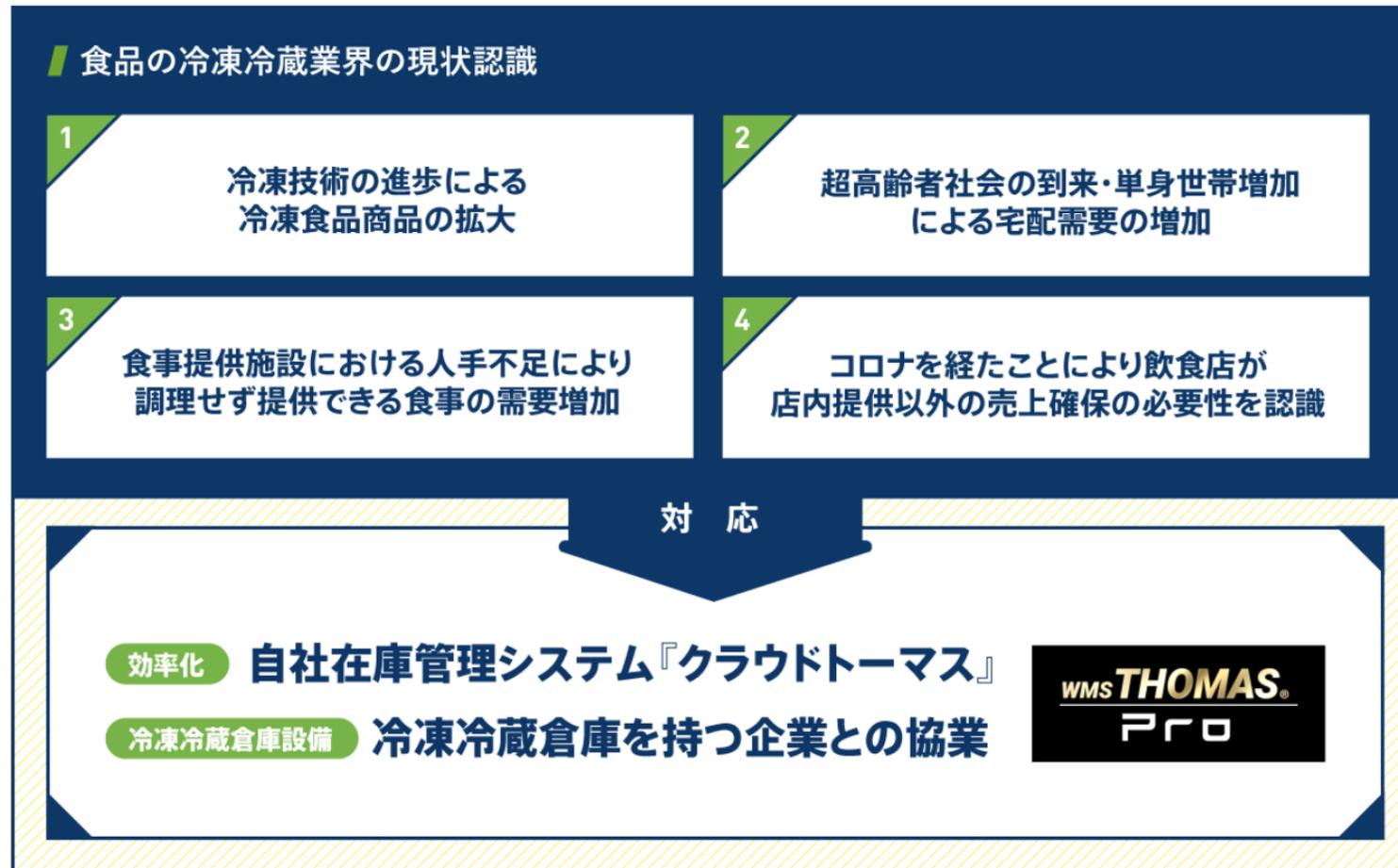
普通倉庫は供給拡大が続いていますが、一方需要の高い低温倉庫は増加ペースは鈍くなっています。



(出典) 国土交通省「倉庫統計季数」

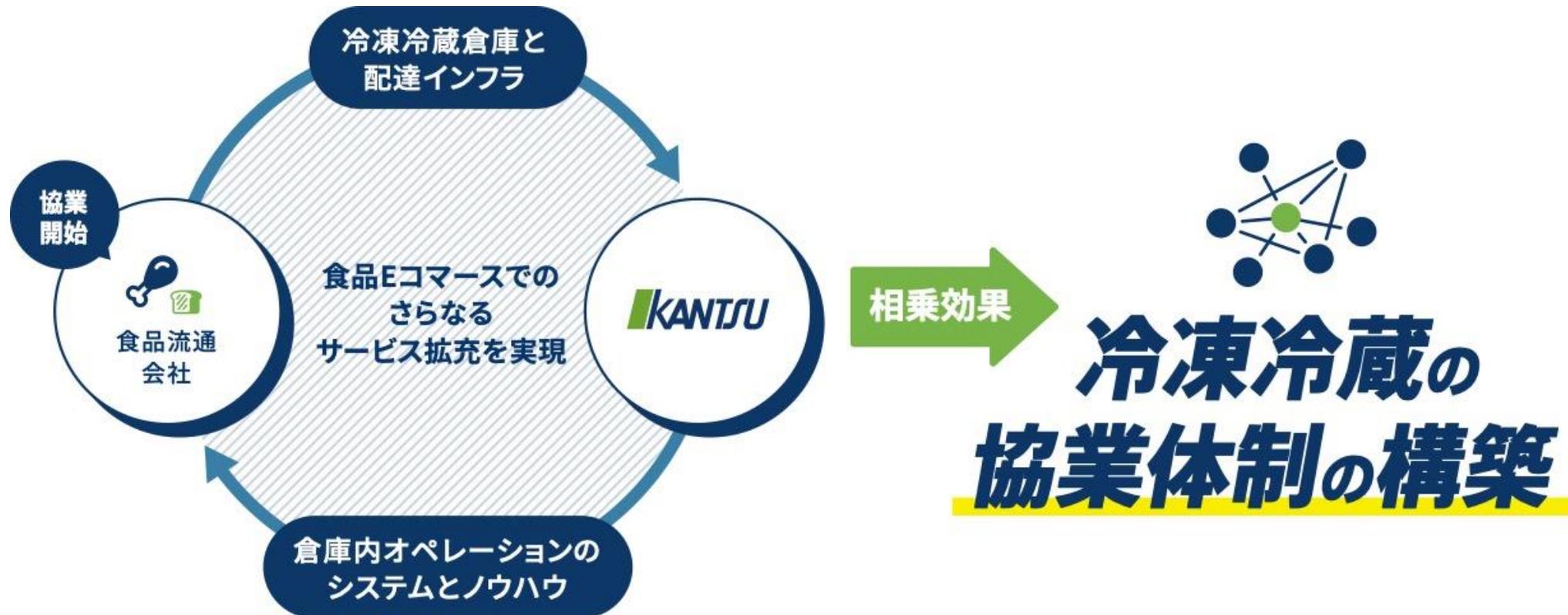
成長戦略 | 食品の冷凍冷蔵企業との協業

食品業界は冷凍技術の進歩や高齢化社会への対応としての冷凍冷蔵食品の需要は大きく増加していますが、倉庫業界における冷凍冷蔵倉庫の床数は設置コストが常温より割高であることにも一因ではありますが増加していません。関通も冷凍冷蔵倉庫は1,000坪程度であり既に満床となっており、今後の戦略として、既に設備を持つ企業と協業することで需要に対応してまいります。



成長戦略 | 食品の冷凍冷蔵企業との協業

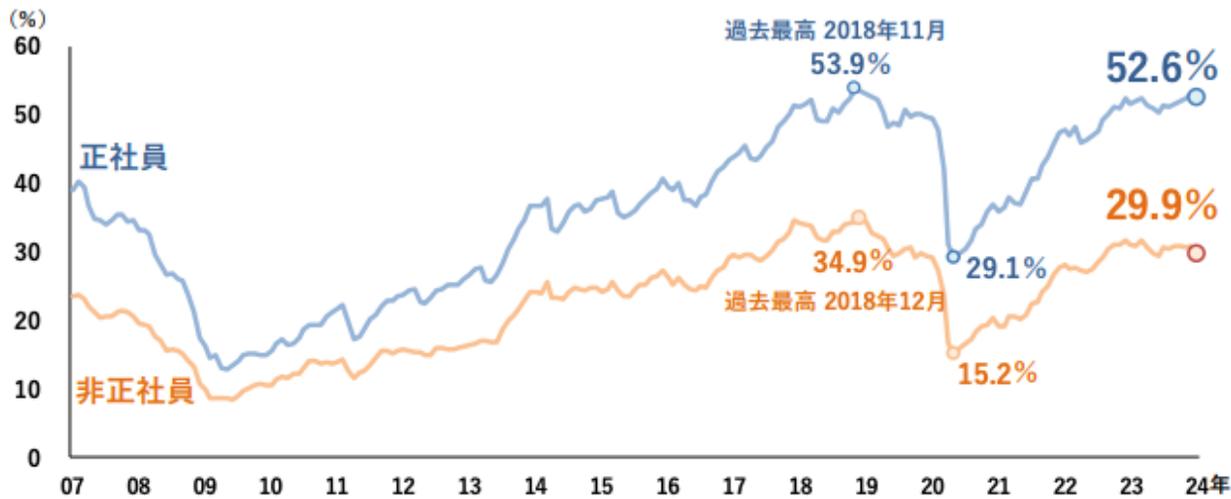
2023年8月に、首都圏中心の冷凍冷蔵倉庫を持つ食品流通会社2社と協業開始しました。関通からは倉庫内オペレーションのシステムとノウハウを提供し、食品流通会社からは冷凍冷蔵倉庫と配送インフラを提供いただくことで相互に協力し合い、お客様の需要の高さに協業という方法で対応してまいります。



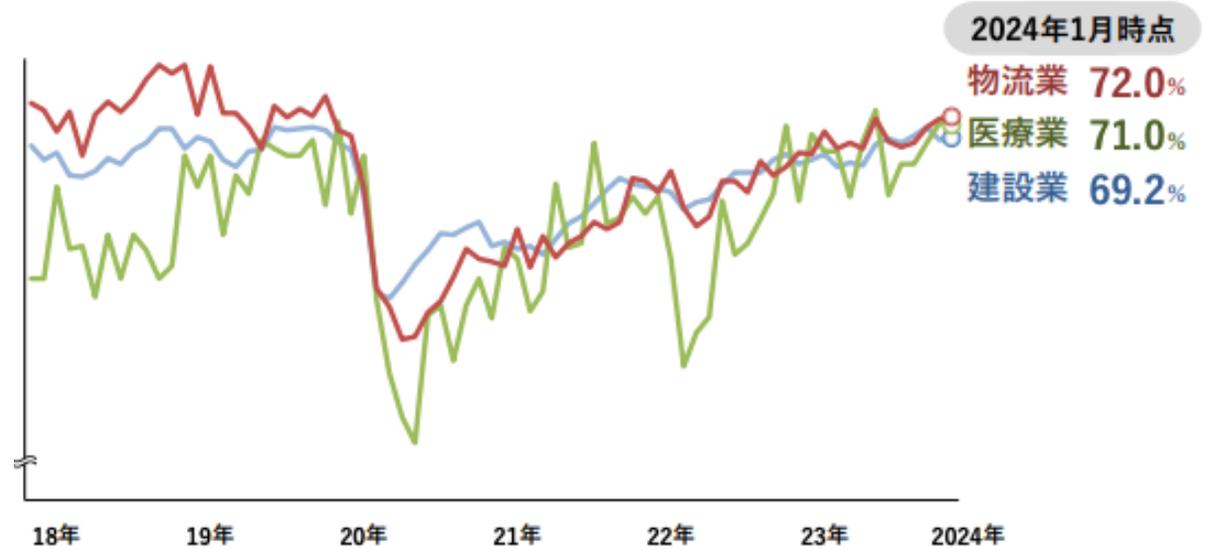
事業環境 | 就業人口不足率の推移

正社員は2024年1月、全業種平均で過去最高に近い52.6%が人手不足とのこと。
業種別では「2024年問題」が懸念される建設/物流/医療業が割合が高く、物流業は72.0%の企業で人手が足りていません。

正社員・非正社員の人手不足割合 月次推移



建設/物流/医療業の人手不足割合 (正社員)

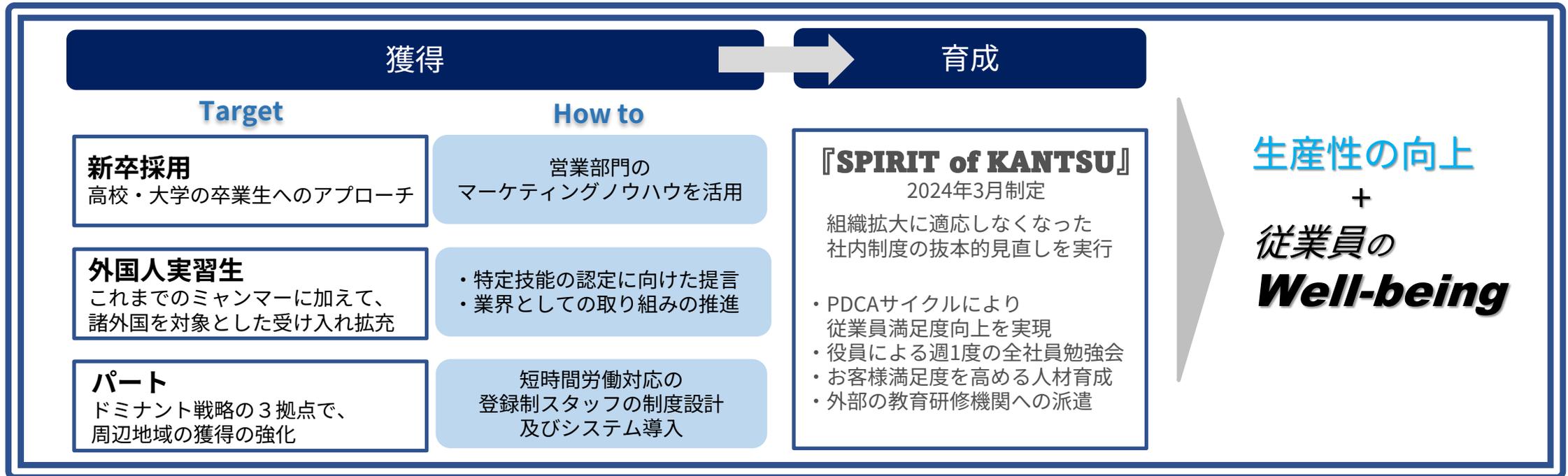


出展：帝国データバンク「人手不足に対する企業の動向調査(2024年1月)」

成長戦略 | 人材の獲得と育成

今後の当社グループの事業拡大には優秀な人材獲得は欠かせず、また、品質の維持向上には人材の育成と定着が欠かせません。人材の獲得にあたっては、新卒採用と外国人技能実習生の受け入れを継続し、改めて周辺地域のパート従業員の獲得にも力を入れてまいります。具体的には短時間の労働を希望する登録制スタッフの制度設計とシステム導入を推進し、物流現場での要員確保と熟練性を両立させることを目的に、プロジェクトを立ち上げ推進する方針です。人材育成については、「Spirit of Kantsu」を新たに制定し、週に一度勉強会を役員が実施、会社のルールや方針の周知を行っております。社内教育制度の抜本的な見直しも並行して行い、よりお客様満足度を高められる人材育成の準備を進めています。

KANTSU テーマ「人材の獲得と育成」

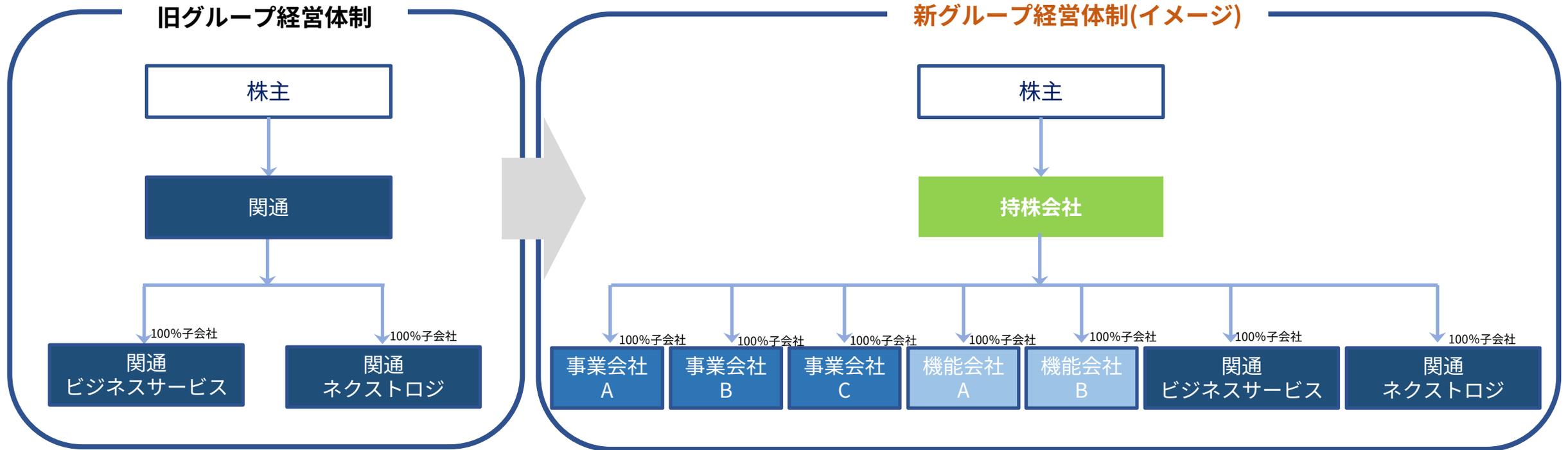


成長戦略 | 持株会社体制への移行

当社グループは中期戦略として、これまで以上に物流サービスとITサービスを組み合わせた新しいサービスを展開し、これらを今後の成長エンジンの中核と位置付け、またM&Aを積極的に推進することで、2027年以降のできるだけ早い段階で、連結売上高30,000百万円、経常利益1,500百万円の実現に取り組んでおります。

このような状況の中、あらゆる経営環境の変化に迅速に対応し、持続的な事業の成長を実現するため、持株会社体制への移行が最適であると考え、その検討を開始することとしました。

持株会社はグループ経営機能に特化し、グループ戦略の策定及び経営資源の配分の最適化を図るとともに、事業会社はそれぞれの事業に専念することで、お客様満足度の一層の向上を推進し、また環境の変化に応じた**柔軟でスピード感のある**事業展開を行うことにより、当社グループの企業価値の一層の向上を目指してまいります。



※上記新グループ経営体制(イメージ)は現段階で将来を確定するものではなく、あくまでイメージです

成長戦略 | M&Aへの考え方・対応

M&Aを推進する目的は、関連の事業ドメインを補完し相互成長が期待できることにあります。関連の事業ドメインの領域拡大させていく中で、オーガニックグロースのみでなく様々な企業との業務提携・事業譲受等を検討し効率化を目指します。また、持株会社化を検討する中で、環境の変化に応じた柔軟でスピード感のあるM&Aを行うことも可能となり、お客様満足度の一層の向上を推進すると考えます。資金調達には借入中心で行い、一株当たりの株式価値は業績向上に伴う還元とする考えです。

[M&Aの考え方]

自社事業ドメインを補完できるリソースを積極的に獲得・強化いたします。



[M&Aのファイナンス]

基本的に借入による資金調達を検討しております。

[M&Aによる株式価値]

借入による資金調達により原則、一株当たりの株式価値を向上させることを主として株主への還元とします。配当は現時点では変更の予定はございません。

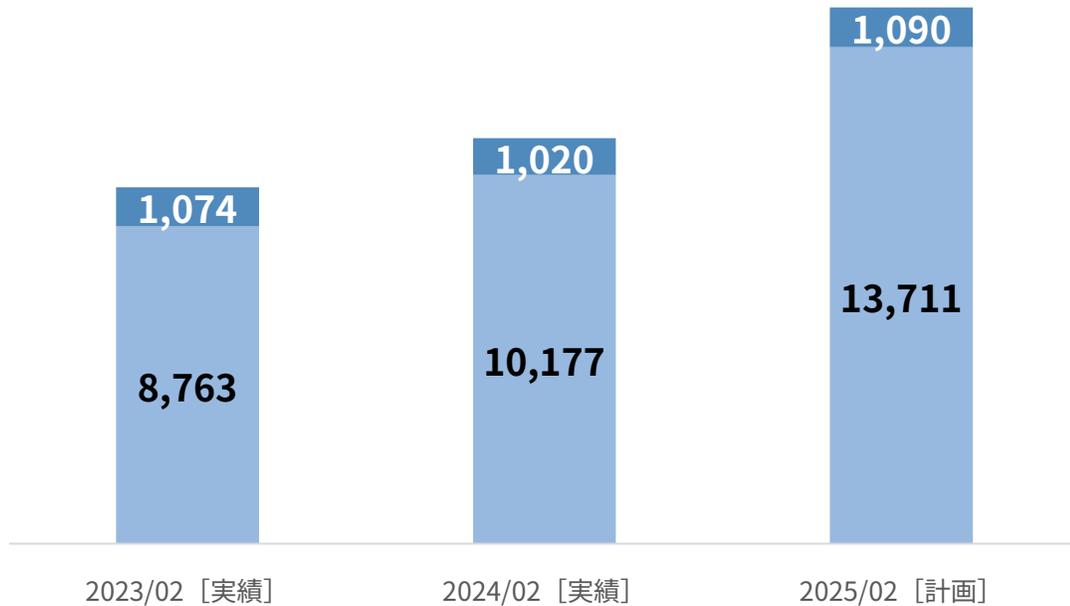
KPI | 新規お客様の獲得

物流サービス事業は毎年1,000百万円の新規お客様獲得と安定した取引開始を継続しております。
ITオートメーション事業のSaaS利用料も、順調に積み上げております。

物流サービス事業

新規お客様の売上高

(単位：百万円)

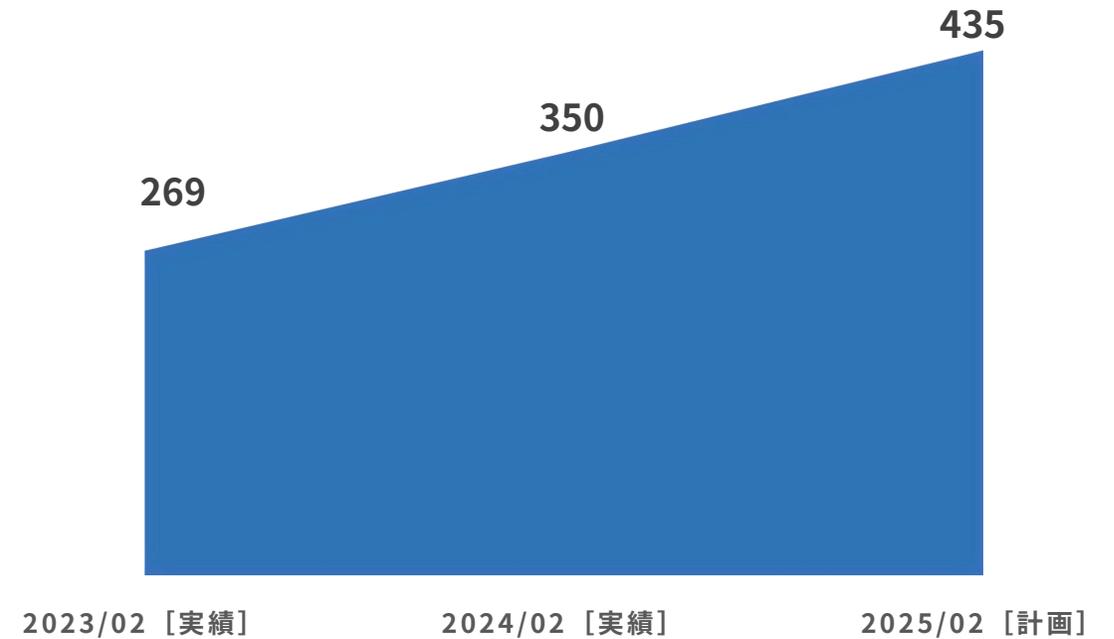


■ 既存のお客様売上 ■ 新規のお客様売上

ITオートメーション事業

SaaS利用料

(単位：百万円)



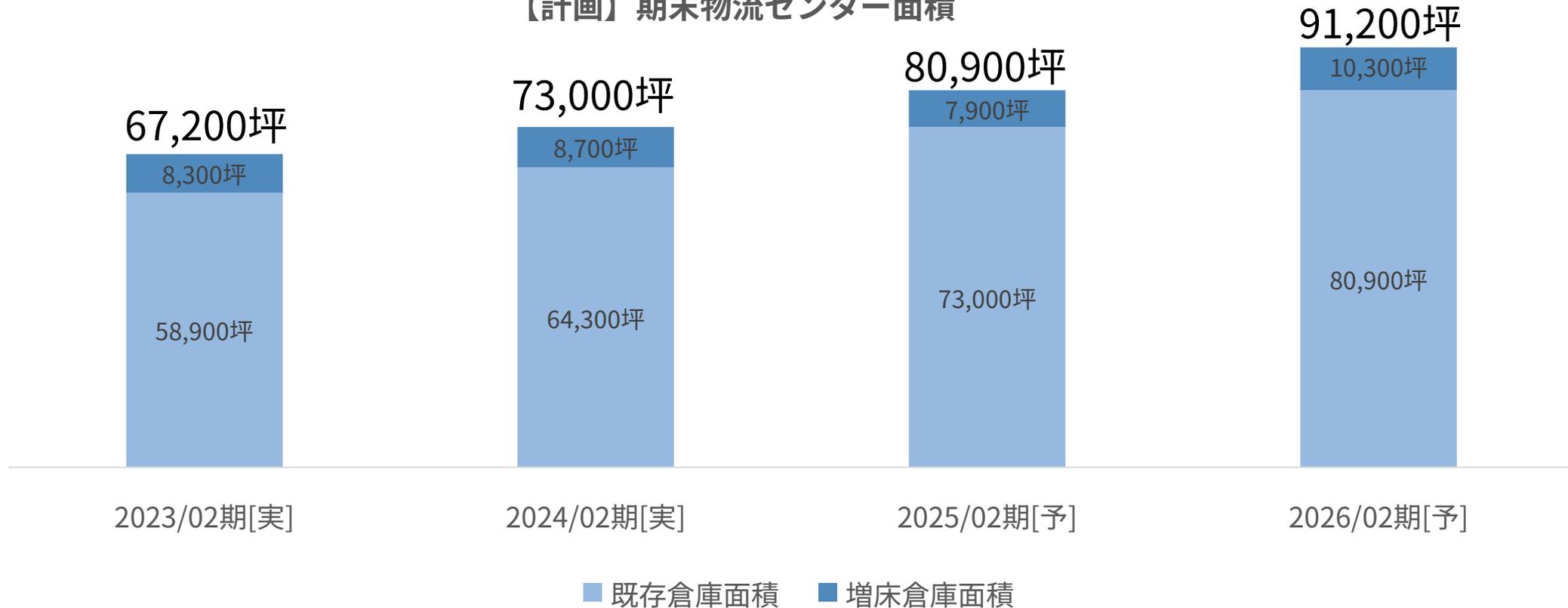
※物流サービス事業の「既存のお客様売上」2025/2計画には、2023年12月設立の関通ネクストロジ株式会社の売上高を含んでおります

KPI | 規模の拡大

2024年2月期に兵庫県尼崎市に8,700坪の「DXセンター」を開設、
2025年2月期に埼玉県所沢市に7,900坪の「関東新物流センター(仮称)」を開設する計画です。

(単位：坪)

【計画】 期末物流センター面積



※2023年2月東大阪主管センター売却により2024年2月期から既存設備計画値の減少を反映しています

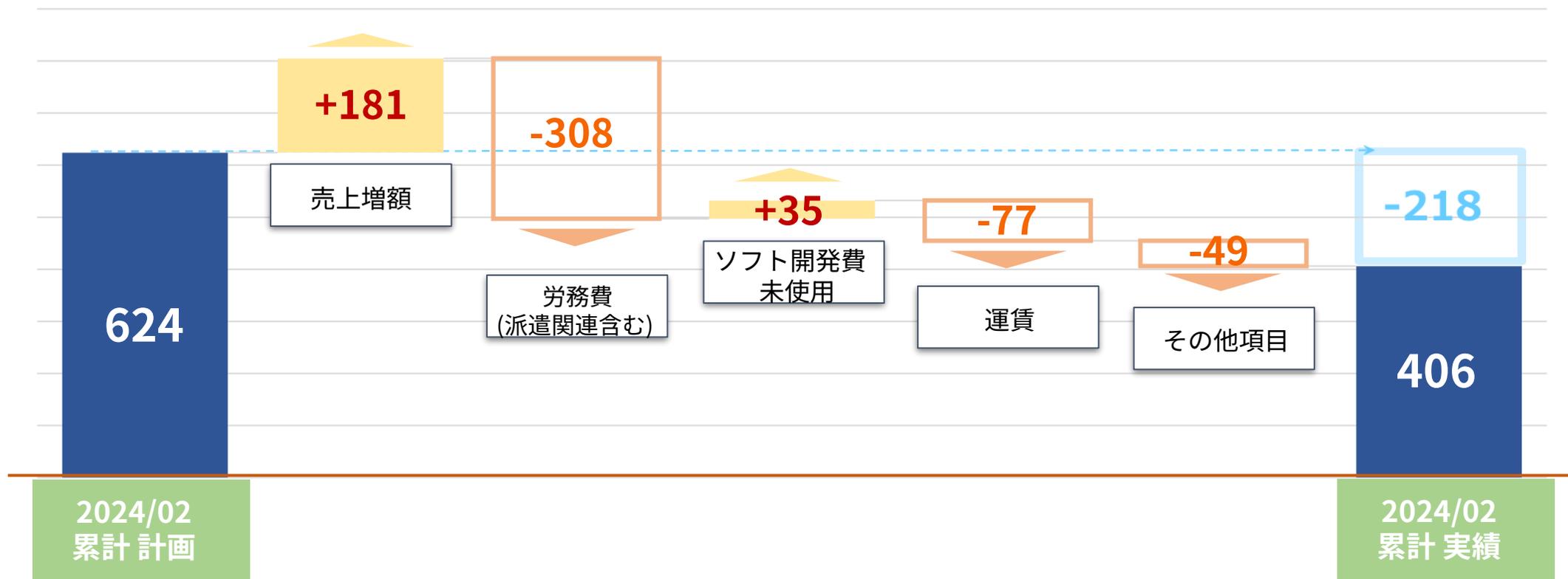
【通期計画との差異】 2024年2月期

2024年2月期、売上高は計画通りに推移し計画比+1.5%で着地いたしました。
一方、経常利益は国内賃金上昇の影響も大きく、特に派遣費用は下期に上期の2倍以上を計上し加速的に利益に影響し、
計画比△35.0%となりました。こちらは既に、各お客様には物流事業の環境を踏まえ、作業料金の値上げ交渉に着手しております。

	2024/2期 通期累計 [計画]	2024/2期 通期累計 [実績]	計画比	
			増減額	増減率(%)
売上高	11,756	11,938	+181	+1.5
営業利益	669	410	△259	△38.7
経常利益	624	406	△218	△35.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	387	49	△338	△87.2

【通期計画との利益増減】 2024年2月期

売上高は好調に推移しましたが、倉庫内作業人員費用の増加は利益を圧迫、特に派遣関連のインパクトが大きく、労務費全体では計画比308百万円のプラスとなりました。また、ITオートメーション事業での利用料計上遅れも想定外であり、こちらは売上利益にさらに寄与する見込みが未達となりました。結果として、経常利益合計で計画未達218百万円となりましたが、来期以降に向けた物流サービス事業での値上げ交渉には既に着手しております。





VI. 認識するリスク 及び対応策

主要なリスクと対応策

№	主要なリスク	リスク対応策	リスクの顕在化	リスクの影響度
1	物流センター、設備機器及び情報システムなどについて先行的に設備投資を実施しており、国内の経済状況の悪化などにより、顧客の業績悪化や支払停止などが生じ、投資資金の回収に支障が生じる可能性。	設備投資にあたっては、事業収支計画を策定するとともに、取締役会等で慎重に投資判断を検討の上、実施。	低	低
2	物流業務において輸配送サービスを外部の専門業者に委託しており、原油価格や為替レートの変動により燃料費が高騰した場合や、車両・ドライバー不足等により庸車費用が上昇した場合は、輸配送コストが上昇する可能性。	輸配送コストの上昇分は、お客様にご理解いただき、値上げ対応させていただく方針。	低	低
3	物流センター運営等にかかわる従業員の賃金、及び労働力の確保のためのコストが上昇する可能性。	従業員の残業の削減、リフレッシュ休暇（注）の取得促進、社員教育等とおして働きやすい環境の構築、新しい物流設備の導入等による生産性の向上への取組み。	中	低
4	事業計画を遂行する上で必要な人材を継続的に採用できない可能性。	労働環境の整備や教育体制の充実等による人材の定着施策への取組み。外国人技能実習生の受入れ、障がい者雇用に対する積極的な取組み。	中	中

（注）リフレッシュ休暇とは、社員若しくはパート社員として半年以上勤務した者が、半年に1度の頻度で5から6連休の休暇を取得できる制度です。

主要なリスクと対応策

№	主要なリスク	リスク対応策	リスクの顕在化	リスクの影響度
5	地震・風水害などの天災地変により、停電・輸送経路の遮断などの事態が発生した場合、物流業務の停滞を招く可能性。	BCPや災害発生時のマニュアル整備など、事前対策の推進への取り組み。	中	大
6	お客様情報の外部漏洩やデータ喪失などの事態が生じた場合、当社の社会的信用の低下を招くだけでなく、顧客からの損害賠償請求を受ける可能性	ISMSやプライバシーマークの認証取得による持続的な秘密情報管理に仕組み、内部監査や社内研修等を通じて適切な情報資産管理を徹底。	中	大
7	持続的な成長のためのM&Aや資本業務提携等について、当初想定していた成果が得られない場合や、資本業務提携等を解消・変更する可能性。	事前に対象企業の財務内容や契約内容等審査を十分行い、リスクを検討したうえで決定。	低	中
8	物流センターの新設や事業展開に必要な資金を借入等について、予測を上回る金利の上昇等があった場合、調達コストが増加する可能性。	変動金利の借入金は、金利の変動リスクに晒されているため、固定・変動調達比率の調整を、主に可能な範囲での低金利による固定化等でリスク管理。	中	低

主要なリスクと対応策

№	主要なリスク	リスク対応策	リスクの顕在化	リスクの影響度
9	物流センター業務の生産性向上のために使用する倉庫管理システム「クラウドトーマス」等について、災害やコンピューターウイルス等によりシステムがダウンまたは破壊される可能性。	被害を防御し、または最小限に抑えるべく脆弱性診断の定期的な受診、ウイルス対策やデータのバックアップ等の予防策を実施。	中	大
10	EC市場の、国内景気の大幅な落ち込み等によりEC市場の競争激化や成長の停滞若しくは縮小局面へ入る可能性	SEO対策をはじめとするWEBマーケティングを強化する等、効果的な新規顧客の獲得への取組み。	低	中
11	賃借物件である倉庫において固定資産を取得しており、これら固定資産に減損損失が発生する可能性。	物流センター単位での損益管理を行い、物流センター単位で利益が確保できるように個別に戦略検討し、遂行。	中	中
12	主にインターネット通販事業者の配送センター業務を受託しており、同種のサービスを提供する企業と競合する中で、将来にわたって競争優位を維持できなくなる可能性。	お客様のご要望に応じたサービスを提供し、またお客様の成長に応じたご提案を行い、生産性の向上に努める等により、競合他社との差別化を推進。	中	中

主要なリスクと対応策

№	主要なリスク	リスク対応策	リスクの顕在化	リスクの影響度
13	当社物流センターについて、普通賃貸借契約物件においては、何らかの要因で貸主から解約通知を受ける等により、物流サービス拠点の賃貸借契約が継続できない可能性、及び定期建物賃貸借契約においては、何らかの要因で契約が更新できない可能性。	新拠点の開設や既存他拠点を活用し、サービス提供の継続を図る方針。	低	大
14	貸主との賃貸借契約により賃借する物流センターについて、普通賃貸借契約においては契約期間中に、定期建物賃貸借契約においては主に契約更新時に、近隣相場の上昇等を背景として、賃借料が引き上げられる可能性。	妥当性を検証して貸主と適正な賃借料の設定を協議し、また、顧客には賃借料の上昇分の負担についてご理解を求める方針。	中	中
15	サービス品質の低下を招く等、お客様満足度が低下する可能性。	環境整備活動、従業員教育による社内ルールの徹底、物流業務に係る作業ミスに関する真因調査による改善の横展開等によるサービス品質の維持・向上。	低	大

その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

免責事項

免責事項及び将来の見通しに関する注意事項

- 本資料において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- 本資料に記載の内容に重要な変動が生じた場合は、本資料を更新・修正することがあります。
- 本資料の次回開示予定は、2025年5月末を予定しております。



【お問合せ先】

株式会社関通 IR担当

お問合せについては、IR専用フォームをご利用ください。

URL : <https://www.kantsu.com/>

IR専用フォーム

