



GENERATION PASS

株式会社ジェネレーションパス（東証マザーズ：3195）

2020年10月期 投資家説明会

2020年 12月 25日

目次

CONTENTS

- 2020年10月期 業績サマリー
- 2020年10月期 ハイライト
- 2020年10月期 連結業績の概要
- 2020年10月期 セグメント業績の概要
- 2020年10月期 連結B/Sの概要
- ページビュー数と受注件数
- 出店数の推移
- パートナー企業数・取扱商品数の推移
- 2020年10月期トピック
- トピック① ECマーケティング事業
- トピック② 商品企画関連事業
- トピック③ メディア事業（その他）
- 2021年10月期の展望
- 2021年10月期の重点施策① M&Aを含めた事業提携の推進
- 2021年10月期の重点施策② インフルエンサーマーケティング「ひろマーレ」
- 2021年10月期の重点施策③ ネットショップ出店パック「ECツクール」
- 2021年10月期の重点施策④ ベトナム子会社(GENEPA VIETNAM)
- 会社概要
- 問い合わせについて

事業概況

- ・ ECマーケティング事業においては、新型コロナウイルス感染症流行によりEC需要、テレワーク需要の増加、及び、ECサポート事業での案件増加により **過去最高売上高達成**
- ・ 商品企画関連事業においては、上半期に同感染症の影響で納品遅れが生じたものの、主たる製品の納品が徐々に進んだこと、及び中国子会社売上が好調により売上高増収

2020年10月期において、連結全体として、

連結売上高12,597 百万円（前年同期比 30.3% 増）

連結営業利益244 百万円（前年同期比 1,128.5% 増）

過去最高売上高、過去最高営業利益を達成！！

ECマーケティング事業

連結売上高 9,901 百万円(前年同期比 29.9% 増)
セグメント利益 424百万円(前年同期比 184.6% 増)
出店店舗数 66 店舗(前期末より 1 店舗 増)
PV数 137,114 千PV(前年同期比 1.09 倍)
注文件数 1,358,073 件(前年同期比 1.37 倍)
仕入先数 751 社(前期末より 66 社 増)
商品数 1,756,269 点(前期末より 93,756点 増)

商品企画関連事業

連結売上高 2,607百万円(前年同期比 29.8% 増)
セグメント利益 84 百万円(前年同期比 22.2% 減)

2019年11月	リコメン堂 PayPay モール出店
2019年12月	譲渡制限付株式報酬制度の導入
2020年01月	楽天市場2019年度「ショップ・オブ・ジ・エリア2019」を受賞
2020年01月	定時株主総会開催
2020年03月	Wowma! 「ベストショップアワード 2019 キッチン・日用品カテゴリ賞」を受賞
2020年04月	子会社(青島新綻紡貿易有限会社)株式の追加取得
2020年04月	インテリアに関するWEBメディア IECOLLE (イエコレクション) 月間100万PV突破
2020年07月	「多機能な接触冷感マスク」を開発・販売の開始
2020年09月	研究・教育・資金獲得データを政府や大学等研究機関の関係者と共有するプラットフォーム「e-CSTI」一般公開サイトの立ち上げ
2020年09月	2020年10月期 通期業績予想の修正

連結経営成績

(単位：百万円)

	19/10期 実績	売上 構成比	20/10期 実績	売上 構成比	前期比	対売上 構成比	20/10期 計画値	計画値売上 構成比	達成率
純売上高	9,666	100.0%	12,597	100.0%	30.3%	--	13,296	100.0%	94.7%
純仕入高	7,089	73.3%	9,174	72.8%	29.4%	▲0.5%	--	--	--
売上総利益	2,576	26.7%	3,423	27.2%	32.9%	0.5%	--	--	--
販管費	2,556	26.5%	3,178	25.2%	24.3%	▲1.3%	--	--	--
営業利益	19	0.2%	244	1.9%	1,128.5%	1.7%	300	2.2%	81.3%
経常利益	30	0.3%	220	1.7%	616.2%	1.4%	280	2.1%	78.5%
当期純利益	18	0.2%	117	0.9%	521.0%	0.7%	180	1.3%	65.0%

営業利益の増減分析コメント

主たる事業であるECマーケティング事業において売上が大きく伸長した結果、営業利益は前期実績に対して非常に好調に推移。一方当社の海外連結子会社であるベトナム子会社において、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、立上及び出荷に大きな遅延が発生し、2020年10月期において想定されていた操業度に見合う生産及び出荷が行えなかったことから、計画値に対しては下回って着地となった

販管費内訳

(単位：百万円)

	19/10 期 実績	対売上高比	20/10 期 実績	対売上高比	前期比 対売上高比	増減要因
人件費	321	3.3%	379	3.0%	▲0.3%	高度人材確保のために段階的に給与引き上げを実施しているが、システム化を推進している影響で微減
荷造包装費	913	9.5%	1,231	9.8%	0.3%	主に物流関係外部コスト。倉庫管理及び商品別の送料管理の強化施策を継続的に実施し対応中
広告宣伝費	112	1.2%	110	0.9%	▲0.3%	マーケティングデータを活用し外部広告費を削減
販売促進費	210	2.2%	251	2.0%	▲0.2%	ポイント付与分。付与割合は概ね前期と同等
ロイヤリティ	278	2.9%	368	2.9%	0.0%	前期と同水準で推移
その他	722	7.5%	838	6.7%	▲0.8%	M & Aや提携、新規事業の関連費用支出
合計	2,556	26.4%	3,178	25.2%	▲1.2%	

セグメント情報

【前期比較】

(単位：百万円)

		19/10期	20/10期
ECマーケティング事業	売上高	7,620	9,901
	セグメント利益	149	424
商品企画関連事業	売上高	2,008	2,607
	セグメント利益	108	84
その他	売上高	39	102
	セグメント利益	20	26

【四半期推移】

(単位：百万円)

	20/1期	20/4期	20/7期	20/10期
	2,205	2,449	3,065	2,182
	23	151	130	120
	535	511	880	681
	6	▲3	86	▲5
	5	63	21	13
	0	20	4	2

対前年増減率及び主要増減理由

- ・ ECマーケティング事業 EC需要の高まり及びECサポート案件の大型化により売上高及びセグメント利益ともに高成長
- ・ 商品企画関連事業 中国子会社及び国内既存事業は通年で好調に推移したが、ベトナム子会社は新型コロナウイルス感染症の影響により納期が遅れ費用が大きく先行。全体として売上高は好調に推移したが、セグメント利益は微減
- ・ その他 メディア事業が好調に推移していることから、売上高及びセグメント利益ともに高成長

連結財政状態

(単位：百万円)

	19/10 期	20/10 期
流動資産	2,785	3,294
うち、現預金	572	1,271
うち、受取手形及び売掛金	798	803
うち、商品及び製品	1,081	969
固定資産	361	413
有形固定資産	97	178
無形固定資産	206	181
投資その他資産	56	54
資産合計	3,146	3,707

(単位：百万円)

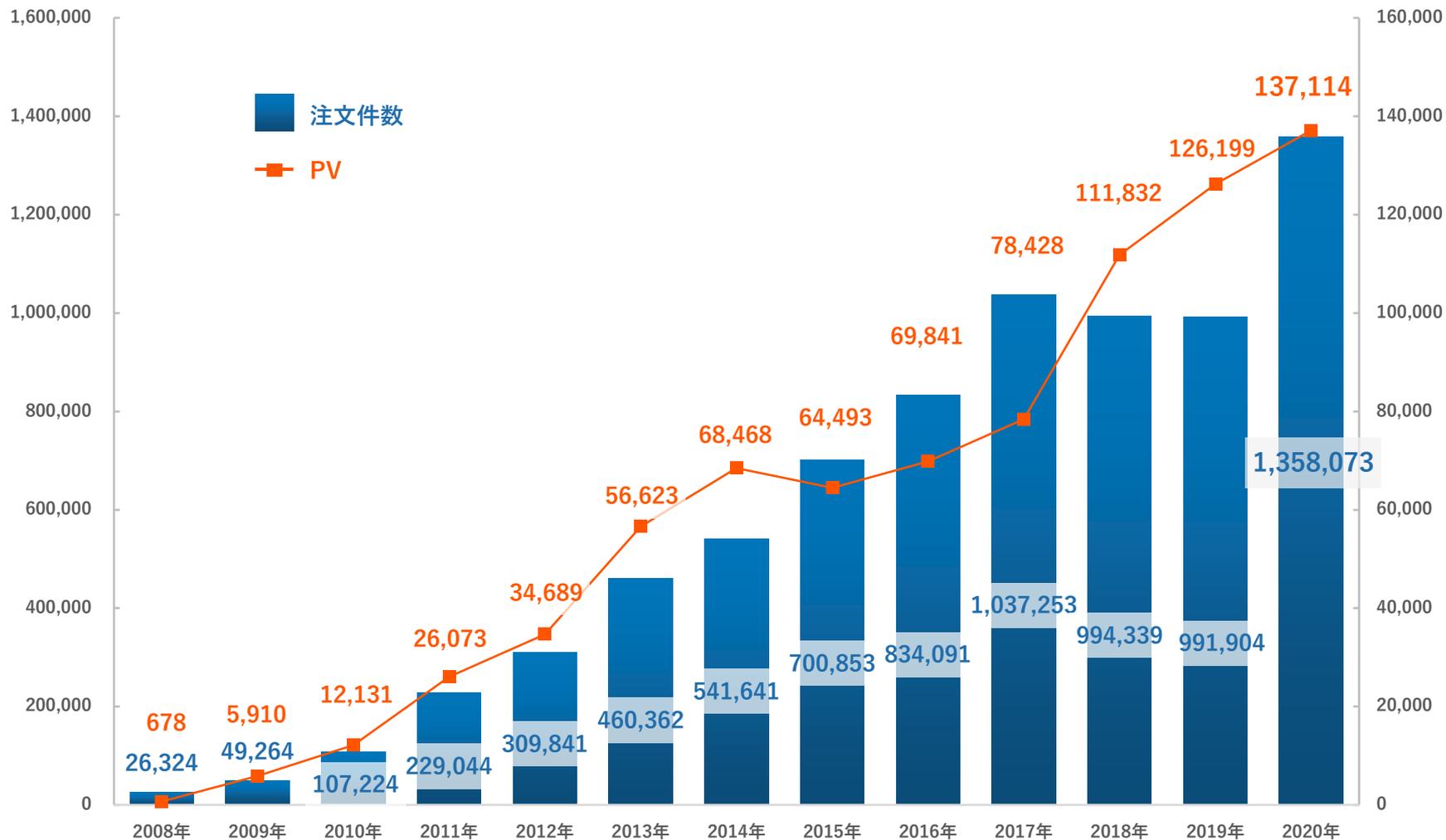
	19/10 期	20/10 期
流動負債	1,503	1,694
うち、支払手形及び買掛金	613	717
うち、未払金	266	315
うち、借入金	540	260
固定負債	18	286
負債合計	1,522	1,981
純資産合計	1,624	1,726
負債・純資産合計	3,146	3,707

- ・売上拡大及び在庫の効率的な保有施策の推進により営業キャッシュフローが大幅プラスに転じたこと、及び金融機関からの長期融資により現預金が699百万円増加
- ・在庫管理及び在庫回転率改善施策を徹底した結果、商品及び製品が112百万円減少
- ・ベトナム子会社の設立に伴う機械装置増加により有形固定資産が80百万円増加
- ・PB商品及び季節商品等の入荷により支払手形及び買掛金が103百万円増加
- ・ベトナム子会社の追加設備投資を目的とした融資により長期借入金が273百万円増加

年間推移

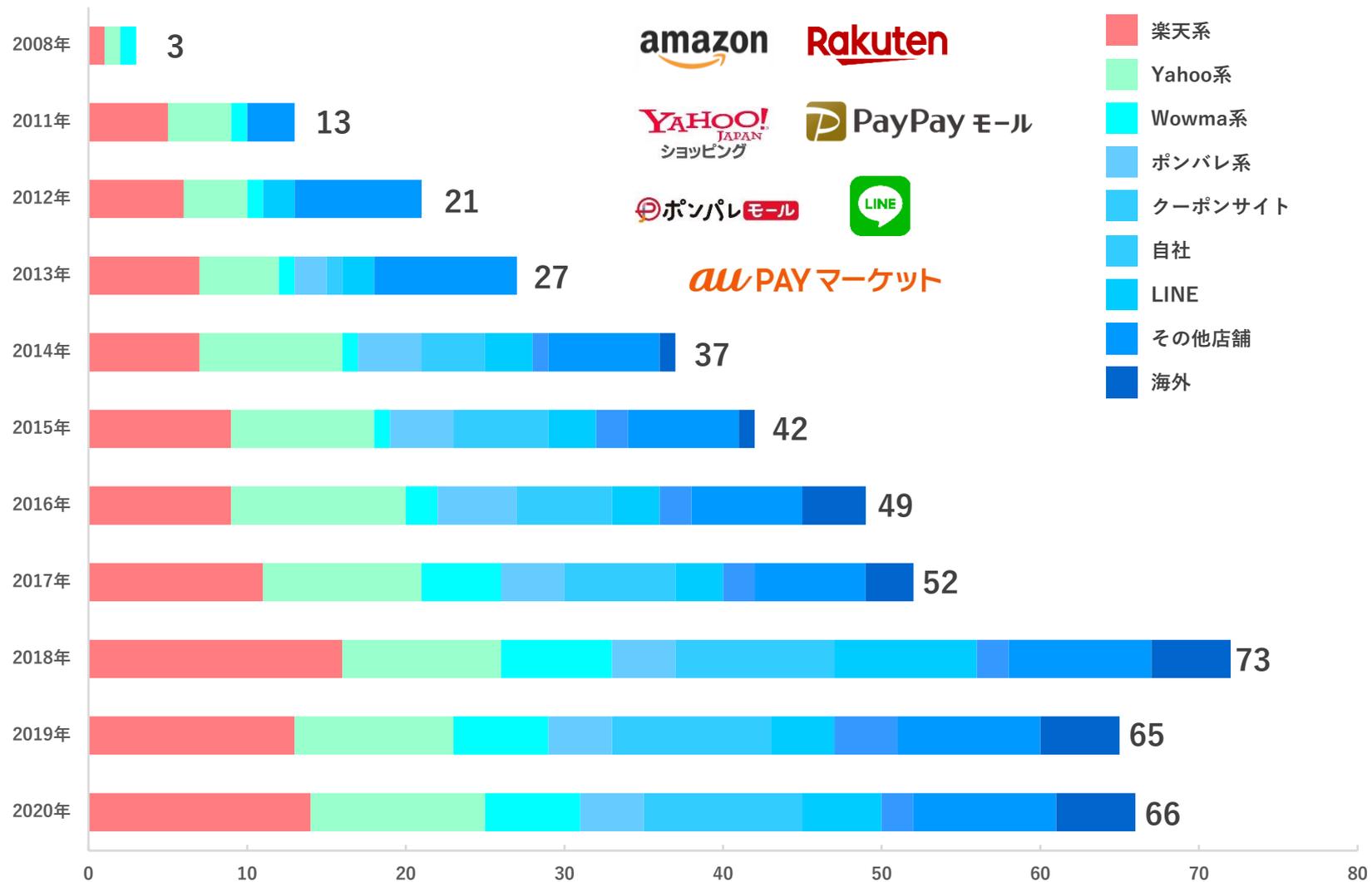
(単位：件数)

(単位：千PV)



※ PV数は及び受注件数は順調に増加。2018年及び2019年は配送料の値上げ等により、収支の合わない商材の取り扱いを一部見直したことにより注文件数は微減となっている

出店数の推移

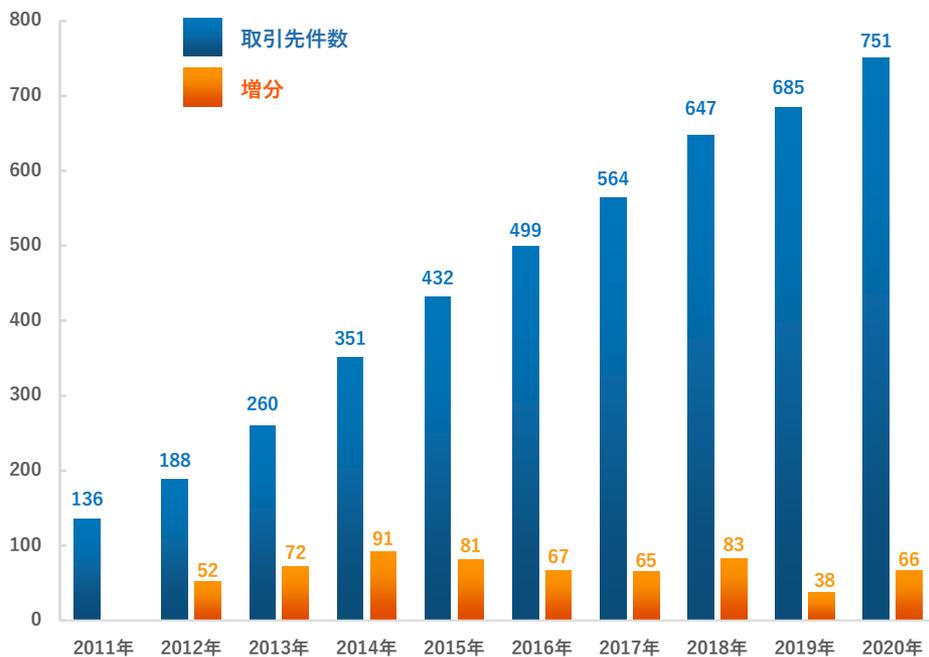


※ 2015年までは12月時点、2016年は10月時点

※ 2019年第1四半期に連結子会社4社が連結の範囲より外れたことにより店舗数が14店舗減少。2020年10月期までに7店舗増加

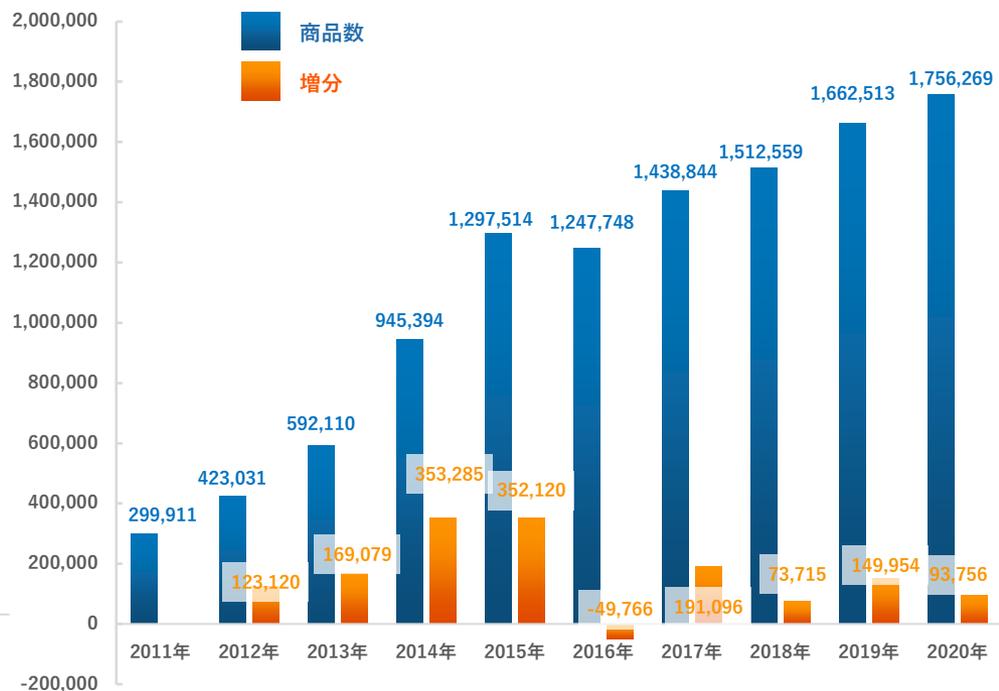
パートナー企業数

(単位：社)



取扱商品数

(単位：点)



※ パートナー企業数及び取扱商品数は堅調に推移している

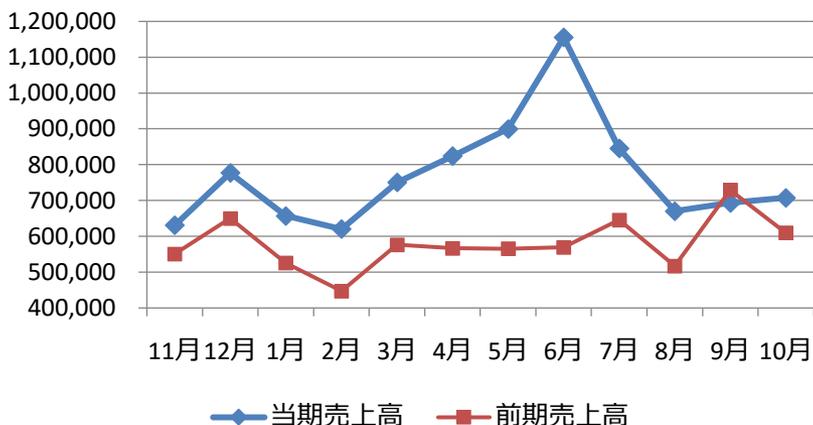
2020年10月期トピック

ECマーケティング事業は好調に推移

2020年5月～7月にかけては「特別定額給付金」や「キャッシュレス・ポイント還元事業」の影響により、従来からの主力商品である新しい生活様式に向けたインテリア関係に加え、感染予防用の日用雑貨、リモートワーク関連商品も好調に推移。2020年9月は前年の消費税増税の駆け込み需要の影響により売上高が前年同月を下回ったが、通期で、**売上高は前年同期比でおよそ30%増**と好調に推移。また、EC化率の高まりから、ECサポート事業の需要も増加しており、ECサポート事業をメインに行う子会社カンナート社も**過去最高の決算**で着地。当社とのシナジー効果が発揮されつつあり、利幅の少ない小型案件から利益のとれる大型案件が増加しており、ECサポート事業の受注単価も上昇傾向にある。翌期以降も引き続き増収増益傾向が見込まれる。

売上高(単体)推移

(単位：千円)



ECサポート案件の規模別受託状況の推移

	2018年3月期	2019年10月期	2020年10月期
	件数	件数	件数
10,000千円以上	2	2	8
5,000千円以上 10,000千円未満	14	11	6
2,000千円以上 5,000千円未満	31	35	26

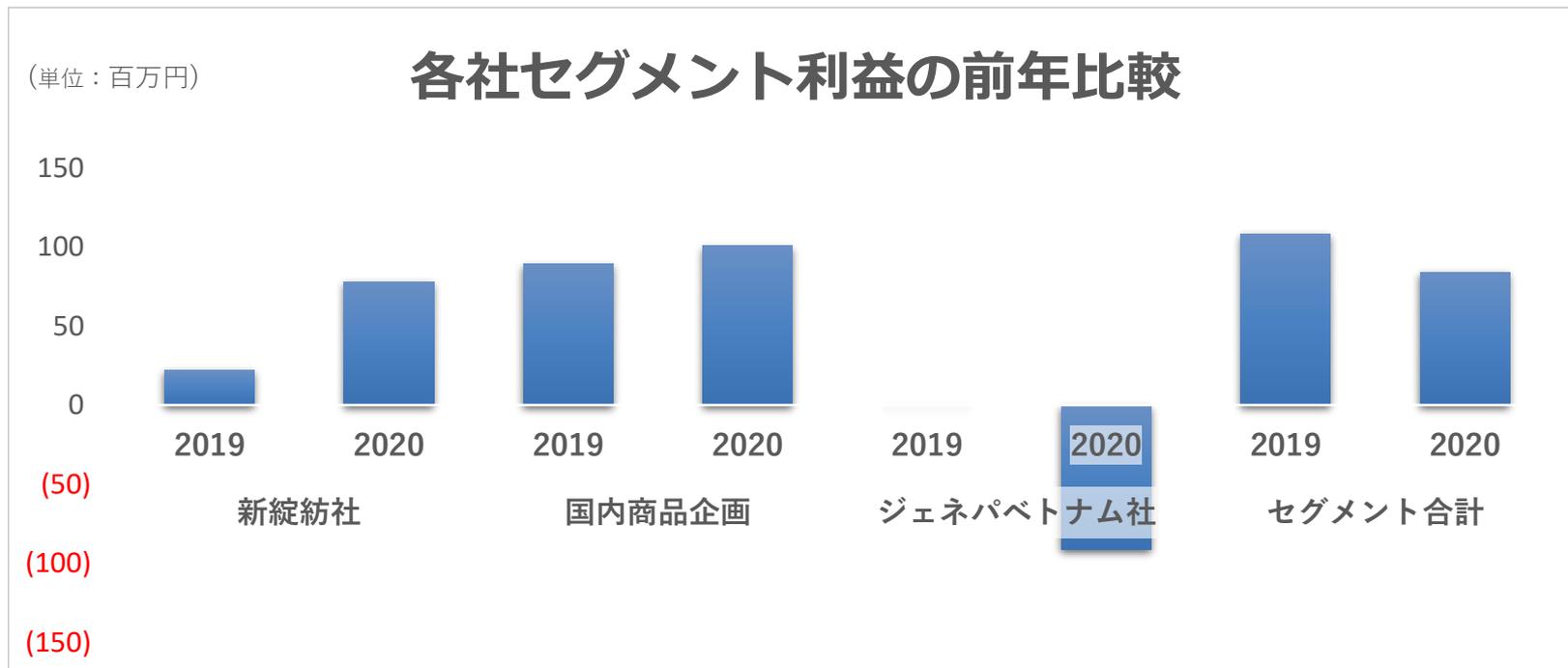
商品企画関連事業は、ベトナム子会社立上による投資費用が先行したが、国内及び中国子会社が好調に推移し、増収維持、利益微減。

【国内】新型コロナウイルス感染症の影響で、一時当社納品先における実店舗売上が急落したため、納期調整の要請により納品遅延が発生したものの、主力商品の納品が徐々に進み、通期では前年を上回るセグメント利益を計上

【中国※】中国青島の工場については一部稼働制限が入ったものの大きな影響は無く、年間通して売上、利益ともに好調で、セグメント利益は前期より大きく増加

【ベトナム※】新型コロナウイルス感染症の影響で工場立上及び出荷に大きな遅延が発生し、2020年10月期において想定されていた操業度に見合う生産及び出荷が行えなかったことにより、費用先行し計画値からは大きく下方。翌期以降は利益に貢献していく予定

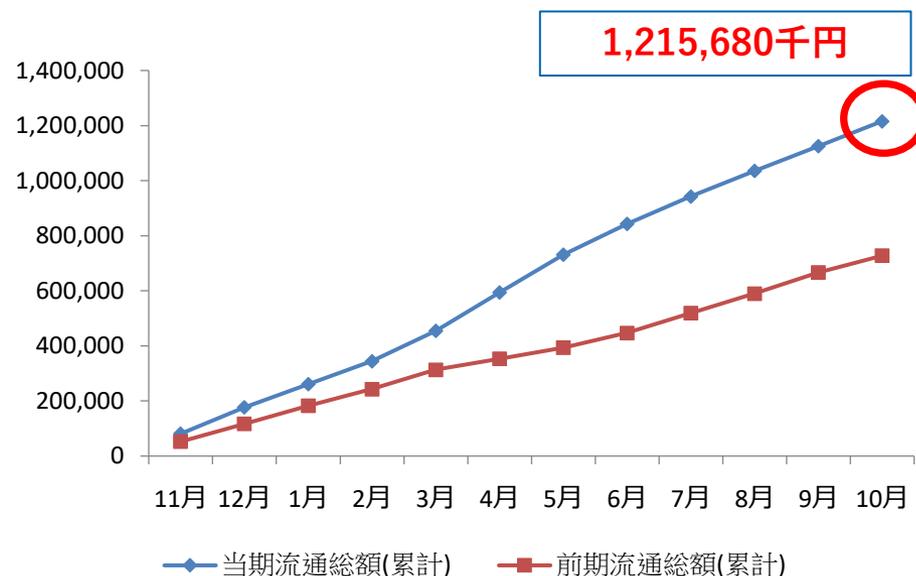
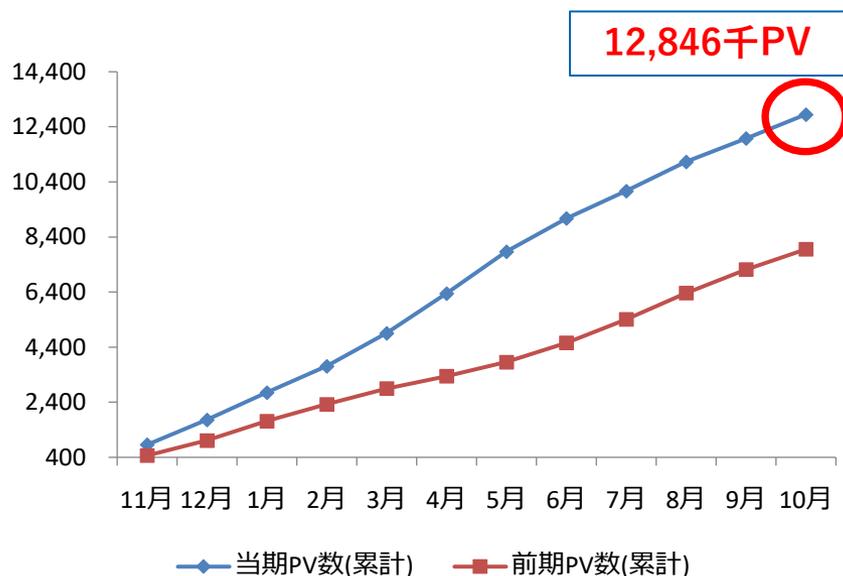
※中国子会社とベトナム子会社の決算は1カ月遅れで連結取込



メディア事業は好調にPV数及び流通総額が増加

ECマーケティング事業と同様、2020年10月期はイエコレクション(IECOLLE)(<https://iecolle.com/>)において前期に比べ、**PV数は好調に推移し、当期累計12,846千PVを達成**（最終累計PV数は前年比162%）
 また、流通総額についても**当期累計1,215,680千円を達成**（最終累計流通総額は前年比167%）

PV数(累計) 推移



2021年10月期の展望

▶2021年10月期の業績予想について

新型コロナウイルス感染症による影響は、非常に不透明かつ不確実なものであり、EC需要・巣ごもり需要の高まりはさらに見込まれる一方で、同感染症の動向次第ではEC需要・巣ごもり需要の反動も想定されることから、現時点において合理的に算定することが困難である為、今後の動向を見極め、業績予想の開示が可能になった時点で速やかに公表します

◆前期から引き続き取扱高の拡大とECサポートでの案件獲得を推進

ECマーケティング事業	売上面	<ul style="list-style-type: none"> ・国内及び海外はマーケティングデータの収集及び分析を行い売上高を拡大 ・新規EC事業の推進 ・自社直営サイトの構築 ・自社ブランド商材の卸売販売の本格始動
	利益面	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫回転率の短縮を目的としたシステム改修 ・ECサポート事業での受託案件利益の拡大 ・物流面では、倉庫分散に加えシステム改修により商品の最適配置による配送費削減を開始 ・新規サービスの立上 ・マーケティングデータを利用したメディア事業の収益力向上(その他事業)

◆新規商材開発及び新設ベトナム工場の生産能力拡大及び受注活動を推進

商品企画 関連事業	<ul style="list-style-type: none"> ・国内：ECマーケティング事業で蓄積されたビッグデータを活用し、商品提案及び新規顧客開拓を加速させ、新規商材の開発及び取引社数の増加による売上・利益の拡大 ・新綻紡：高付加価値商品の開発及び生産開始 ECマーケティング事業との共同開発製品の販売開始 ・GENEPA VIETNAM：ベトナムでの新規工場の正常稼働及び新規取引先の獲得、通年通した黒字化目標
--------------	---

◆ 継続的な事業拡大を図るべくM&Aを含めた事業提携を推進

※ M&A等事業拡大施策に関しては適時発表していく予定

EC事業

- ・ 食料品等、今まで取扱いの少ない商品ジャンルの拡大を目的として、業務提携を視野にいたした戦略的な販売契約の締結を推進し、売上高の拡大を加速させる

ECサポート事業

- ・ 迅速なシステム開発を達成するために、システム開発を共同で行える戦略的パートナーやM&Aによるシステム開発会社の買収を推進する
- ・ Kaema (<https://www.kaema.jp/>) について、提携先と売上拡大に向けたテストマーケティングを複数回実施し、拡大の方向性を確立する
- ・ 物流×ECとして、ECサイトの構築から、EC運営、マーケティング・広告支援、及び物流サービスをワンストップで提供するべく、協業できるパートナー企業の選定を推進

メディア事業

- ・ 現在のイエコレクション (IECOLLE) (<https://iecolle.com/>) と並行して、新サイトを構築し、メディア事業の規模拡大を加速させる
拡大にあたってはM&Aも推進

✓効果的なインフルエンサー施策の提案

✓最適なインフルエンサーのマッチングをトータルでバックアップ!

認知拡大

SNSで影響力のある
インフルエンサーに自社商品や
サービスを訴求

信頼性が高く、認知説得力の
ある情報提供拡大

ターゲットの憧れる
マイクロインフルエンサーを起用



制作会社ならではの 追加オプション

 **WEBページを作成**
して商品・サービスの
魅力をさらに発信!

 自社の公式アカウントの
運用方法をサポート!

実際に商品を送付する
サンプリング施策も
実施可能!

マーケティングの
指針となる、
詳細レポート!

「ひろマーレ」の強み

01.キャスティング力

マイクロインフルエンサー^{※1}をキャスティング!

02.制作会社の実績

Web制作会社としてあらゆる視点からの提案!

「ひろマーレ」で
キャスティングする
インフルエンサー



※1 マイクロインフルエンサーとは、フォロワー数約1万~10万のインフルエンサーで、
広告とは違った共感を得られやすい訴求が見込めるインフルエンサーの層を指します

ECサイト構築パッケージ、及びEC運営からマーケティングまでを一括支援

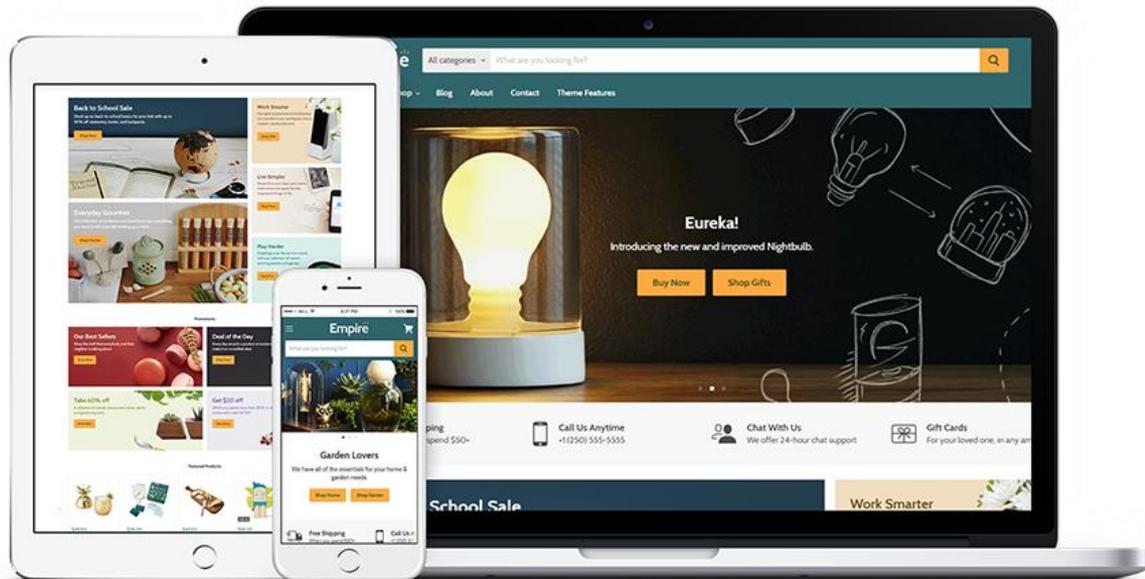
当サービスで用意した売れるデザインテンプレートで作成。最短1.5か月でオープン可能！

ECサイト
構築パッケージ

スマホに
最適化

商品マスタ
登録作業

商品マスタ
作成



カンナート社では、制作会社ならではの様々なサービスと連携できる土台と広告・集客、販促サービスが整っているため、自社ECの課題を特定後、時間や手間をかけずに解決に向けた対策が可能
お客様が誇る商品の強みと、ジェネパグループのECノウハウで強いシナジーを生み出すことができる

現在の工場内環境

▶ 人員・設備・資金を確保し本格稼働開始

2020年10月期については、新型コロナウイルス感染症の影響により、立上が遅れたことに加え、既存の取引先への納品時期が延期され、また新規取引先との商談も中断し、コストのみが先行して発生

2021年10月期については人員・設備・資金の充実を背景に、操業度が大きく改善し通期で黒字転換をとなる見込み

▶ 日本向け新規及び第三国向け取引を開拓！

中国とアメリカの貿易戦争の影響により、日本のみならず第三国からも新規引き合い、サンプル依頼が急増
昼夜2部制の24時間生産体制もテスト運営し、品質を維持したまま生産能力の向上を図る体制を構築し、受注拡大を見込む

▶ ベトナム現地でも注目度が上昇！

現地メディアのホーチミンテレビより取材を受け、ホーチミン工業区に投資する外資系企業として取り上げられた

URL : <https://www.genepa.com/topics/media/20201214-001/>

組立ライン



PU自動塗装



前組立区



本社	東京都新宿区西新宿6-12-1 西新宿パークウエストビル5F		
事業内容	ECマーケティング事業	EC事業	インターネット通販ショップの運営 新商品のネットマーケティング マーケティングリサーチ及び分析
		ECサポート事業	ECコンサルティング EC機能(撮影、ページ制作、マーケティング、広告、ブランディング、プロモーション)の提供 EC開発受託・運営支援
	商品企画関連事業	新規商品の提案、共同開発	
	その他事業	ソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業、メディア事業	
	役員構成	代表取締役	岡本洋明
取締役(ECマーケティング担当)		久野貴嗣	
取締役(財務担当)		鈴木智也	
取締役(システム担当)		桐原幸彦	
社外取締役		遠藤寛	
常勤監査役		粕谷達也	
社外監査役		内山和久(公認会計士)	
社外監査役		次廣秀成(株式会社アジ アビ ジ ネスコンサルティング)	
設立	2002年1月18日		
資本金	627,117千円 (2020年10月31日現在)		
発行済株式数	8,277,240株 (2020年10月31日現在)		
従業員数	国内グループ従業員数134名 単体従業員数90名(パート・アルバイト含む) (2020年10月31日現在)		



本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは、いわゆる「見通し情報」を含み、リスクや不確実性が内在しております。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、実際の業績等はこれらとは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しておりますが、掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。

今後、新しい情報や将来の出来事等があった場合についても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の修正を行う義務を負うものではありません。

< IRに関するお問い合わせ先 >

<https://www.genepa.com/inquiry/>