

|| 企業調査レポート ||

ジェネレーションパス

3195 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2018年2月2日(金)

執筆：客員アナリスト

山田秀樹

FISCO Ltd. Analyst **Hideki Yamada**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
■ 業績動向	03
1. 2017年10月期の連結決算業績概要	03
2. セグメント別	06
3. 財務状況と経営指標	07
■ 今後の見通し	09
● 2018年10月期の通期業績見通し	09
■ 中長期の成長戦略	10
1. 第1軸：地理的展開	11
2. 第2軸：パーチカル展開（新規商品開発・ブランド開発）	11
3. 第3軸：水平展開（データ事業・メディア事業）	11
■ 中国越境 EC の現状	12
■ 株主還元策	13
■ 情報セキュリティについて	13

■ 要約

2017年10月期の減益要因は一時的、主力の国内EC事業は増収増益基調。2018年10月期は売上高100億円を計画

ジェネレーションパス<3195>は、ネット通販サイト「リコメン堂」を運営するマーケティング支援サービス企業である。小売業の業種に分類されているが、同社の基本的なビジネスモデルは、商材メーカーに寄り添って、独自のWebマーケティング手法（以下「EPO」：EC Platform Optimization（最適化分析システム））を活用して拡販支援サービスを行うものである。

事業セグメントとしては、1)「ECマーケティング事業」（「リコメン堂」及び大手ECモールへの出店による商材の販売）、2)「商品企画関連事業」（EC市場へ出品する商材の企画支援）、3)「アクトグループ事業」（寝具・インテリア製品の企画製造販売）4) その他（システム受託開発やアレルギー検査など）の4事業領域。

同社は、2017年12月15日に2017年10月期の連結決算業績を発表した。売上高7,632百万円（前期比17.4%増）、営業利益17百万円（同78.9%減）、経常利益42百万円（同36.6%減）、親会社株主に帰属する当期純損失5百万円（前期は45百万円の利益）であった。過去最高の売上高を記録しながらも前期比減益となった要因は、1)中国EC事業において在庫評価減を行ったこと、2)配送会社の総量規制実施による売上のロス、3)商品企画関連事業の納期の期ずれによる売上及び利益の期ずれ、などである。

同社の属するEC市場においては、宅配料金の値上げや宅配総量の規制等の不安もあるなか、国内外ともに個人消費者の購買状況は引き続き上昇傾向にあり、業績は基本的に拡大基調である。マーケットニーズに沿った「ECマーケティング事業」の展開を推進し、既存モールでの「EPO」を推進・強化し、販売サイトのリニューアルや各種集客と売上拡大策を実施しており、基本的に増収増益の傾向に変わりはないとしている。

2018年10月期の通期業績見通しは、売上高10,000百万円（前期比31.0%増）、営業利益150百万円（同852.6%増）、経常利益150百万円（同352.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益80百万円（前期は5百万円の損失）である。日本国内のEC市場は順調に拡大しており、同社のパートナー企業数などの主要管理指標も伸長しているため、2018年10月期通期計画値については、全社的には売上高・利益ともに十分達成可能だろう。

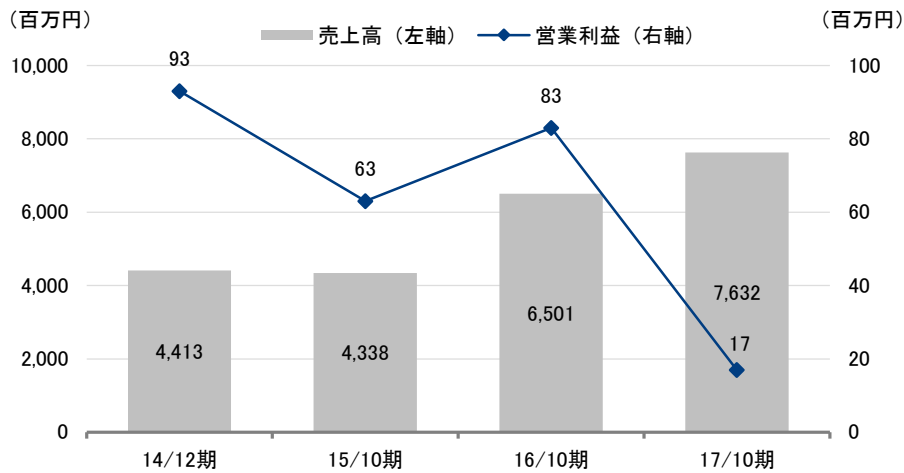
今後の中長期戦略でもある2018年度重点施策では、同社は「『メタECカンパニー』のさらなる進展に向けて、1+3軸（コア事業の国内EC事業に加え、成長戦略としての地理的展開、バーチャル展開、水平展開）で成長」するとしている。目標達成にはM&A投資と人材の確保が重要と考えられるが、EC事業を起点として、関連するインターネット企業ほか、様々な領域に積極投資を図るとしている。

要約

Key Points

- ・積極的な M&A を含めた成長投資と人材確保により、今後の急成長期待
- ・中国への越境 EC は、現地税制変更等による影響が続くが、中長期的には大幅成長期待
- ・2017年10月期の減益要因は一時的、EC 事業の競争激化は同社の追い風に

売上高と営業利益の推移



注：2015年10月期は決算時期変更のため10ヶ月決算
 出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

中国 EC 事業での在庫評価減などで減益も、 基本的な増収・増益傾向は継続

1. 2017年10月期の連結決算業績概要

同社は、2017年12月15日に2017年10月期の連結決算業績を発表した。売上高7,632百万円（前期比17.4%増）、営業利益17百万円（同78.9%減）、経常利益42百万円（同36.6%減）、親会社株主に帰属する当期純損失5百万円（前期は45百万円の利益）であった。会社年間計画に対する達成率では、売上高は89.8%、営業利益は13.5%であった。同社の属するEC市場においては、宅配料金の値上げや宅配総量の規制等の不安もあるなか、国内外ともに個人消費者の購買状況は引き続き上昇傾向にあり、業績は基本的に拡大基調である。マーケットニーズに沿った「ECマーケティング事業」の展開を推進し、既存モールでの「EPO」を推進・強化し、販売サイトのリニューアルや各種集客と売上拡大策を実施しており、基本的には増収増益傾向を維持している。しかし、2017年10月期において過去最高の売上高を記録しながらも前期比減益となった要因は、1) 中国EC事業において在庫評価減を行ったこと、2) 配送会社の総量規制実施による売上のロス、3) 商品企画関連事業の納期期ずれによる売上及び利益の期ずれ、などである。これらは、あくまで一時的なもので、基本的に増収増益の傾向に変わりはないとしている。

2017年10月期連結業績の概要

(単位：百万円)

	16/10期		17/10期		17/10期		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前期比増減率	会社計画	会社計画比
売上高	6,501	100.0%	7,632	100.0%	17.4%	8,500	89.8%
売上原価	4,720	72.6%	5,556	72.8%	17.7%	6,200	89.6%
売上総利益	1,781	27.4%	2,076	27.2%	16.5%	2,300	90.3%
販管費	1,698	26.1%	2,058	27.0%	21.2%	2,170	94.9%
営業利益	83	1.3%	17	0.2%	-78.9%	130	13.5%
経常利益	67	1.0%	42	0.6%	-36.6%	130	32.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	45	0.7%	-5	-0.1%	-	88	-

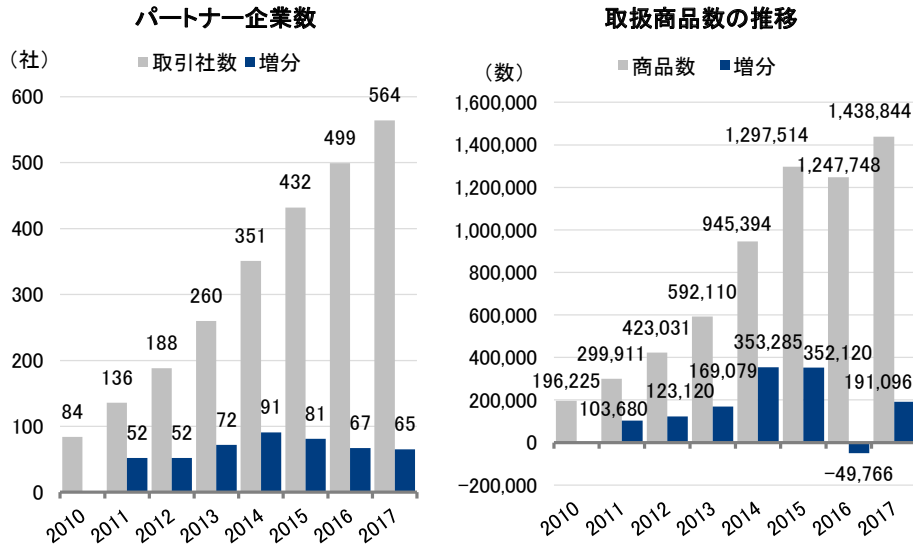
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

また、主要管理指標であるパートナー企業数・取扱商品数、出店数、ページビュー数と受注件数は順調に拡大しており、順調に事業が拡大していることがわかる。

ジェネレーションパス | 2018年2月2日(金)

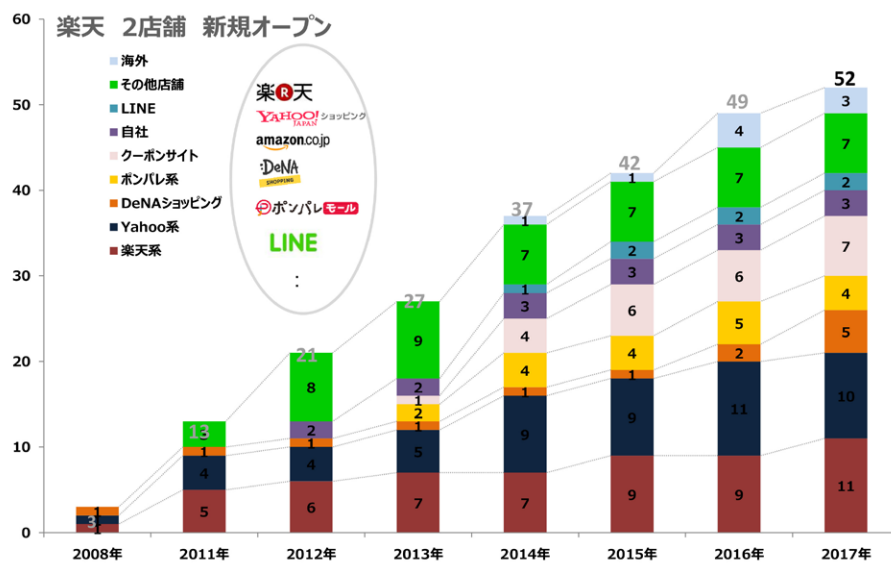
3195 東証マザーズ | http://genepa.com/ir/

業績動向



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

出店数の推移



2015年までは12月時点、2016年は10月時点
※今期集計より、「FLIP」サンプル百貨店をその他店舗からクーポンサイトカテゴリーに変更

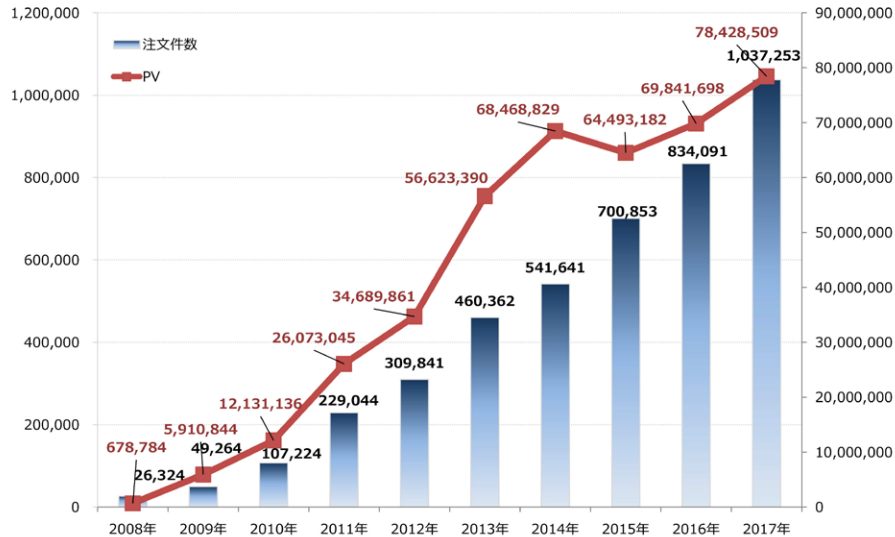
出所：決算説明会資料より掲載

ジェネレーションパス | 2018年2月2日(金)
 3195 東証マザーズ | <http://genepa.com/ir/>

業績動向

ページビュー数と受注件数

【年間推移】



出所：決算説明会資料より掲載

販管費については、広告宣伝費（前期比 66 百万円増）、販売促進費（同 54 百万円増）などが前期比で大幅増となっている。広告宣伝費は Yahoo! 店舗の売上増加施策を推進し広告宣伝費を投入したこと、販売促進費は楽天店舗の売上増加施策を推進しポイントキャンペーンを行ったことにより増加した。荷造包装費については、絶対額では前期比 102 百万円増であるが、倉庫管理及び商品別の送料管理の強化施策を行い、売上高比では前期比微増にとどまった。販管費全体では前期比 360 百万円の増加でおおむね売上高の増加見合いとなっている。

販管費の内訳

(単位：百万円)

	16/10 期		17/10 期		前期比 対売上高比	増減要因
	実績	対売上高比	実績	対売上高比		
人件費	240	3.7%	272	3.6%	-0.13p	対売上高比でほぼ一定
荷造包装費	573	8.8%	675	8.9%	0.04p	倉庫管理及び商品別の送料管理の強化施策を行うものの微増
広告宣伝費	137	2.1%	203	2.7%	0.55p	Yahoo! 店舗の売上増加施策を推進し広告費を投入したことにより増加
販売促進費	149	2.3%	203	2.7%	0.36p	楽天店舗の売上増加施策を推進しポイントキャンペーンを行っており増加
ロイヤリティ	221	3.4%	251	3.3%	-0.12p	1 件当たりの販売単価上昇により微減
その他	375	5.8%	451	5.9%	0.15p	
合計	1,698	26.1%	2,058	27.0%	0.85p	

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. セグメント別

同社の事業ドメインは、(1)EC マーケティング事業、(2) 商品企画関連事業、(3) アクトグループ事業、(4) その他(システム受託開発、アレルギー検査等)の4カテゴリーである。

セグメント別の売上高・営業利益(前期比較)

(単位:百万円)

		EC マーケティング事業	商品企画関連事業	その他	調整額	全社合計
16/10 期	売上高	5,353	1,104	44		6,501
	セグメント利益	159	89	21	-185	83
17/10 期	売上高	6,424	1,154	54		7,632
	セグメント利益	98	125	15	-222	17

注:調整額は各セグメントに帰属しない一般管理費

出所:決算短信よりフィスコ作成

(1) EC マーケティング事業

「リコメン堂」及び大手 EC モールへの出店による商材の販売で、同社の売上高の8割以上を占める中核事業である。店舗数、取引社数、商品数などの拡大により、今後も同社の成長の中心とみられる。2017年10月期は、継続的に収集されるビッグデータの分析(MIS:Marketing Information System)に基づき各種マーケティング施策を実施し、売上拡大に向けて取り組んだ。また、取扱商品については、新規取引先との契約件数を増加させることで商品取扱数の選別を図っている。一方で、昨今の配送会社の人員不足に起因して、配送の総量規制が実施され、出荷準備は行えているものの、配送が行われないという事態が発生し、売上高の伸び悩みが生じた。また、中国 EC 事業においては、「KJT.com」での売上低下及び在庫の100%評価減に加え、「洋桃派」サイトのクローズによる影響で売上高及び営業利益ともに計画を大きく下回る事となった。

その結果、EC マーケティング事業としては、売上高は6,424百万円(前期比20.0%増)、セグメント利益は在庫商品の評価減などのため98百万円(同37.8%減)となった。なお、2016年10月期より開始した中国越境 EC の事業については、詳細を後述する。

(2) 商品企画関連事業

2015年2月にスタートした事業である。EC マーケティング事業で培ったマーケティング手法「EPO」と MIS の分析データから、売れ筋となる見込み商材を、試作品作成から商品試験等のテストを行い開発していく事業である。商材、取引社数などの拡大により、事業開始後1年で同社の売上高の1割強を占めるまでになっている。

2017年10月期においては、一部納期に変更があり、翌期以降に売上計上がずれ込んだものの、主要取引先からの受注が好調に推移し、海外工場における生産が順調な稼働状況となった。また、新規取引先からの受注を獲得したことから、家具や雑貨等の輸入に関する売上及び利益が堅調に推移した。この結果、商品企画関連事業の売上高は1,154百万円(前期比4.5%増)、セグメント利益は125百万円(同40.7%増)であった。

ジェネレーションパス | 2018年2月2日(金)

3195 東証マザーズ | <http://genepa.com/ir/>

業績動向

(3) アクトグループ事業

アクトグループ事業は、子会社であるアクトインテリア（株）及び孫会社であるヤマセイ（株）、（株）YARN HOME が行っている。当事業は、寝具・インテリア製品の企画製造販売事業であり、ダニアレルギー対策用の寝具を中心に、販売する商品は全て自社開発しブランディングをしながら大手小売業や自社での販売を行っている。

(4) その他

「その他」は、連結子会社である（株）トリプルダブルが行うソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業と子会社である ITEA（株）が行うアレルギー検査・試薬の開発・販売事業である。売上高の規模としては2017年10月期で54百万円と連結実績の1%弱である。

高い自己資本比率と潤沢なキャッシュで財務状況は良好

3. 財務状況と経営指標

財務状況はおおむね良好である。貸借対照表を見ると、2017年10月期末における総資産は前期末比467百万円増加し2,650百万円となった。流動資産が、現金及び預金の増加219百万円、商品及び製品の増加111百万円、売掛金の増加68百万円などにより363百万円増加したこと、固定資産が機械装置及び運搬具、のれんなどの増加により、104百万円増加したことが要因。

負債合計は前期末に比べ437百万円増加し1,071百万円となった。短期借入金の増加240百万円、支払い手形及び買掛金の増加124百万円などにより流動負債が440百万円増加したことによる。有利子負債は短期借入金の増加により前期末に比べ237百万円増加し245百万円となった。

純資産は1,579百万円となり、前期末に比べ30百万円増加した。非支配株主持分が34百万円増加し、親会社株主に帰属する当期純損失の計上により利益剰余金が5百万円減少したことによるものである。

キャッシュ・フローの状況について見ると、2017年10月期末における現金及び現金同等物は前期末に比べ219百万円増加し954百万円となった。キャッシュ・フローごとの増減要因を見ると、売上債権の増加16百万円などのマイナス要因があったものの、営業キャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益の増加32百万円、仕入債務の増加90百万円などから、193百万円の収入となった。投資キャッシュ・フローは、貸付けによる支出100百万円などがあった一方で、子会社株式の取得による収入128百万円があった。財務キャッシュ・フローは、リース債務の返済により、2百万円の支出となった。

ジェネレーションパス | 2018年2月2日(金)
 3195 東証マザーズ | <http://genepa.com/ir/>

業績動向

経営指標を見ると、健全性を表す自己資本比率は58.3%と前期末から12.7ポイント低下したが、なお高いレベルを維持している。流動比率も235.4%と低下したが、一般的に健全とされる200%を維持している。また、有利子負債比率は短期借入金の増加で15.9%となったが、現預金残高は219百万円増加し、安全性の問題は特にない。自己資本比率やその他の安全性の指標が低下した要因は、2017年10月期末において新規に子会社4社を連結し※、貸借対照表のみを連結したため、短期借入金や買掛金などが増加したことによる。一方、収益性の指標においては、2017年10月期は営業利益の縮小によって、前期比でいずれも低下している。在庫評価減などの一時的な要因が影響しており、基本的には今後のEC市場の拡大に伴って、財務とともに収益も改善が進むことが期待される。また、2016年5月に株式分割(1株→4株)を行い、株式流動性向上を図ったことで、将来の1部上場への準備と積極的なM&A投資のための資金調達を図っているものと考えられる。

※2017年9月15日付でアクトインテリア(株)、ヤマセイ(株)、(株)YARN HOME及びITEA(株)の4社を新規連結子会社とし、各社の2017年10月末の貸借対照表のみを連結している。

貸借対照表、キャッシュ・フロー計算書及び各種指標

(単位:百万円)

	16/10 期末	17/10 期末	増減額	主要増減要因
流動資産	2,135	2,499	363	現預金+219、商品及び製品+111、売掛金+68
固定資産	46	150	104	機械装置及び運搬具+48、工具器具備品+28、建物及び構築物+29、のれん+24
総資産	2,182	2,650	467	
流動負債	621	1,062	440	短期借入金+240、買掛金+124、未払金+37
固定負債	12	9	-2	
負債合計	634	1,071	437	
純資産	1,548	1,579	30	非支配株主持分+34、利益剰余金-5
負債純資産合計	2,182	2,650	467	
(安全性)				
流動比率	343.4%	235.4%	-108.1%	
自己資本比率	71.0%	58.3%	-12.7%	
有利子負債比率	0.5%	15.9%	15.4%	
(収益性)				
ROA(総資産経常利益率)	3.2%	1.8%	-1.4%	
ROE(自己資本当期純利益率)	3.0%	-0.4%	-3.4%	
売上高営業利益率	1.3%	0.2%	-1.1%	

	16/10 期	17/10 期	増減額
営業キャッシュ・フロー	-251	193	
投資キャッシュ・フロー	-9	13	
財務キャッシュ・フロー	2	-2	
現金及び現金同等物の期末残高	734	954	219

出所:決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2018年10月期通期計画はM&Aを含む積極投資で十分達成可能

● 2018年10月期の通期業績見通し

2018年10月期の通期業績見通しは、売上高10,000百万円（前期比31.0%増）、営業利益150百万円（同852.6%増）、経常利益150百万円（同352.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益80百万円（前期は5百万円の損失）である。

2017年10月期は増収減益という結果に終わったが、減益要因は一時的なものと考えられ、パートナー企業数・商品数を始めとする主要管理指標については順調に伸びている。今後もおおむね年率30%程度の増収増益傾向の継続は十分期待できると見られる。

また、同社は更なる飛躍のために積極的にM&Aを含む事業投資を行うとしている。特に、初年度に続き2年目も計画が未達に終わった中国EC事業については、マルチチャネルでの積極投資でリスク分散と売上拡大を図っていく。さらに、商品開発・ブランド開発の展開、EC関連の新規事業についても、積極的投資によって基盤確立を行うとしている。日本国内のEC市場は順調に拡大しており、同社のパートナー企業数などの主要管理指標も伸長しているため、2018年10月期通期計画値については、全社的には売上高・利益ともに十分達成可能だろう。

2018年10月期通期業績予想

(単位:百万円)

	16/10期 実績	17/10期 実績	18/10期 通期計画	前期比 増減率	売上高比
売上高	6,501	7,632	10,000	31.0%	-
売上原価	4,720	5,556	7,100	27.8%	71.0%
売上総利益	1,781	2,076	2,900	39.7%	29.0%
販管費	1,698	2,058	2,750	33.6%	27.5%
営業利益	83	17	150	852.6%	1.5%
経常利益	67	42	150	352.5%	1.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	45	-5	80	-	0.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

新たな成長ステージの軌道に乗る。 中長期経営計画達成のカギは人材確保と M&A

同社は、今後の展望として、『メタ EC カンパニー』のさらなる進展に向けて、「1 + 3 軸で成長」というスローガンを掲げている。今回は 2018 年度の重点施策としており、2020 年までの中長期経営計画については、近日発表予定としているが、基本的な戦略は変わらないものと思われる。

「メタ EC カンパニー」とはつまり、国内 EC を主軸としながらも、EC に関連して海外展開・自社商品開発・そして非物販事業（データ・メディア）などへ多面的な拡大を行う、という姿である。目標達成のために積極的な M&A 投資は欠かせないと思われる。対象領域については、基本的には既存事業とのシナジーが発揮できる領域での投資を優先しつつ、取扱商品範囲の拡大に伴い、あらゆる領域を検討するとしている。具体的には、インターネット関連でポイント・決済業務やシステム・Web 制作会社、さらに取扱商材の範囲が拡大していけば、関係する商材メーカー、貿易会社など、サプライチェーン上の上流から下流まで広範囲に対象とすることが考えられる。また、M&A 投資規模としては、中長期的には 100 億円を想定しているとのことだが、資金的な問題が解決できればさらに上積みも考えられる。

また、人材の確保も同社の成長のための大きな要素となっている。取扱商材の分野や絶対数、パートナーやチャネルの増加に伴い、窓口として価格交渉などを行うバイヤー要員が不足してきており、今後毎年 15 ~ 20 人の新規採用（中途採用含む）が必要になるとしている。中期経営計画の目標達成のためには後述の諸施策の進捗はもちろんだが、M&A と人材の確保が重要なカギとなるだろう。

コアとなる国内 EC 事業については、市場規模も事業者数も増加傾向にあるが、既に過当競争の時代に入ってきているとも言われている。また、消費者保護の観点から事業者への規制等も厳しくなっており、中小の事業者にとっては厳しい環境下であり、一部の優良 EC 事業者への寡占化が今後進む可能性がある。同社では、この事業環境は同社にとってはむしろ追い風であり、顧客目線での事業展開により量・質の両面で更なる拡大を目指す、としている。また、2017 年 10 月期に売上げ伸び悩みの一因ともなった物流問題については、新規物流企業との提携や増設の推進、倉庫・配送業務の分散化による総量規制の回避及びコスト抑制により、トータル物流コストの削減を図るとしている。いずれにしても、国内 EC 事業は今後とも同社の主力事業として、中長期経営計画の目標達成についても期待がかかる。

ジェネレーションパス | 2018年2月2日(金)

3195 東証マザーズ | <http://genepa.com/ir/>

中長期の成長戦略

1. 第1軸：地理的展開

中国越境 EC 事業を引き続き推進する。KJT は 2017 年度上海政府から香港の民間企業 King Wai Group に売却され、改めて純民間企業として再スタートすることとなったが、KJT 以外のプラットフォームへも積極的に展開する。また、BtoC のみならず BtoB にも注力し、越境 EC を手掛ける中国企業等への卸ビジネスに参入している。さらに、中国大手メーカー「新綻紡貿易有限公司」への資本参加により、地理的展開と繊維製品の開発・生産・販売などの垂直展開を同時に推進している。中国の税制改正などにより、立ち上がりの遅れが案じられる越境 EC 事業であるが、現地開発・生産を選択肢に含め、それにより中国市場での突破口を開き、自社グループブランドの拡販を目指すという同社の強かさを感じられる。

2. 第2軸：パーチカル展開（新規商品開発・ブランド開発）

現在の小売業という枠を超えて、「自社の商品開発・ブランド開発を展開」している。

商品企画関連事業としては、現在強みとしている家具・ファブリックに加えて、テーブル・寝具などその他の商材に拡大する。また、アクトグループの M&A により、高付加価値型インテリア・素材開発を推進する。さらに、ITEA(東京アレルギー環境研究所)を連結子会社として、花粉・ダニアレルギー検査関連の最先端技術を取得する。

自社ブランド開発については、まず家電領域でメーカーとの共同開発となる自社ブランド「Simplus」※を 2017 年 1 月に販売開始し、現在月商 2,000 万円規模に成長しており、商品ラインアップを扇風機・サーキュレータなどの家電、さらには自転車等に拡大する。また、アクトグループの持つアレルギー対策関連寝具（商標名「ダニゼロック」）の拡充を行う。なお、自社商品開発・ブランド開発にあたっては、基本的には既存のパートナーとの共同開発や既存取扱商品のノウハウが活用できるものを中心にするとのことである。

※ シンプル (Simple) だが、一味違う個性 (Plus) を表現した製品を提供するブランド。第 1 弾として、ハイビジョン液晶テレビと 1 ドア冷蔵庫の販売を開始した。

3. 第3軸：水平展開（データ事業・メディア事業）

従来の EC 事業の取扱商品に関わらない、同社が長年社内用に蓄積してきたコアのノウハウとも言える売れ筋情報・評価情報などのビッグデータをビジネス化するものである。2018 年 10 月期は、メディア事業の第 1 弾として、インテリア・雑貨を紹介する Web メディア「イエコレクション」を開始する。その他にも、複数ジャンルのサービス立ち上げを計画中で、自社開発及び M&A により、本領域の拡大を加速させるとのことである。一般的な EC 事業のところでは、まず取扱商品を増やして売上規模を拡大することが第 1 目標であるが、将来的には同社が強みとするマーケティングのノウハウ自体を事業化することで収益性の向上につなげることができるだろう。

■ 中国越境 EC の現状

中国税制改正の混乱などで伸び悩むも、 マルチチャネルの構築サイトでリスクを分散し、日本商材を拡販

2015年11月に、当時上海市政府出資企業が運営する「KJT.com」に、日本企業としてコンソーシアム参加・出店しスタートした中国越境 EC 事業だが、2016年4月8日に改正された新税制の影響で、輸出入業者を始めオペレーション上の混乱が生じた。中国政府は当面の混乱を鎮静化させるために、2度にわたり新税制の適用を保留することとし、現在では2018年末までの延期を発表している。2017年11月には、中国政府は消費財の輸入関税引き下げを発表するなどの動きもあったが、全体的にはいまだ流動的な状況のようである。また、KJTは5者によるコンソーシアムでスタートしたが、上海市政府と協業予定にあったCPグループ、伊藤忠商事<8001>、中国移动通信集团公司、中国中信集团有限公司各企業のKJT事業への参画が白紙になったことにより、KJTの集客施策が計画どおりにいなくなり、上海市政府はKJTを香港の民間企業であるKing Wai Groupに売却した。このため、KJTにあった同社のすべての在庫について、2017年10月期で100%の評価減を実施した。

また、同社が出店した上海の「KJT.com」は一般商業貨物の間接貿易モデルであるが、直接貿易型モデルとして2016年8月に北京の通信会社でECサイトの構築会社であるMNCと資本業務提携して「洋桃派」※でサービス開始、同年9月には中国最大のECモールTaobaoに出店するなど、マルチチャネル化によってリスク分散を図っている。保税モデルは中国国内に在庫を保有するので、注文後短納期でユーザーに配送できるが、在庫リスクが日本側にあるので売れ筋商品に限定される。一方、直接貿易型モデルは日本側からの配送のためデリバリーに時間を要するが、在庫リスクはなく、日本で流通するほぼすべての商材が対象にできる。中国での売れ筋商品としては、おむつ、台所用品、その他日用品などが多いそうだが、野菜を洗う洗剤など中国独自の慣習によるものもあるとのことである。

※「洋桃派」については、その後現地運営企業がサイトをクローズしたことを受け、現在では取引が中止されている。

なお、同社グループは、今後も拡大する越境 EC 事業について、株主であるCPグループの協力のもと、積極的に継続していく方針に変更はないとしている。

いずれにしても、中国の中間所得層の旺盛な購買意欲は今後も衰えることはないものと考えられ、一時的な運用の混乱は生じても、越境 EC 事業は今後とも大きく拡大していくことが期待される。

■ 株主還元策

当面は成長投資優先で配当は行わない

同社では、マザーズ市場においては成長投資優先で、当面は配当を行わない方針である。前回発表の中長期経営計画において、2020年10月期には連結売上高500億円という遠大な目標を掲げており、この目標達成が見えてくれば1部上場及び配当実施も実現は近いものとする。

■ 情報セキュリティについて

同社が進めるECマーケティング事業は、顧客の個人情報も含めた情報の取扱いについては厳格な管理が求められる。そのため同社は、社内管理組織体制の構築、従業員に対する情報管理やセキュリティ教育など、情報の保護について、施策の実施・維持及びそれらの継続的な改善に取り組んでいる。

その一環として、同社では2014年7月にプライバシーマーク認証を取得し、個人情報取扱いの安全性を担保している。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ