

|| 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 >>>](#)

2020年7月22日(水)

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
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	02
■ 事業概要	03
■ 業績動向	04
1. 2020年10月期第2四半期の連結業績概要	04
2. セグメント別動向	05
3. 財務状況と経営指標	07
■ 今後の見通し	09
1. 2020年10月期の通期業績見通し	09
2. トピックス	10
■ 株主還元策	10

■ 要約

2020年10月期第2四半期は増収・大幅営業増益、過去最高売上高・営業利益を達成

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（EC Platform Optimization：最適化分析システム。以下「EPO」）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、並びに EC サイト運営企業に対する EC 関連サービス提供）、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) その他（システム受託開発、メディア事業など）の 3 事業領域である。

同社は、2020年6月12日に2020年10月期第2四半期の連結業績を発表した。売上高 5,768 百万円（前年同期比 24.6% 増）、営業利益 67 百万円（同 401.9% 増）、経常利益 56 百万円（同 194.0% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益 23 百万円（同 466.8% 増）であった。前年同期比より大幅増収増益となり、売上高・営業利益ともに第2四半期時点での過去最高を達成した。

増収要因は、既存の EC マーケティング事業において、PV 数、パートナー企業数、商品数がいずれも堅調な伸びで事業拡大に貢献したことである。特に、2020年3月以降の新型コロナウイルス感染拡大で外出自粛が叫ばれ、それに伴い EC 需要が急増したことが寄与している。増益要因は、商品企画関連事業において納品期ずれで営業利益が減益となったものの、EC マーケティング事業が大幅拡大したことが挙げられる。

同社の属する EC 市場においては、更なる宅配料金の値上げなどの不安もあるなか、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る。特に今回の新型コロナウイルス感染拡大に伴い EC 需要が増加し、感染拡大の動向は不透明ながらも EC 需要拡大の流れは続くと考えられ、業績は基本的に拡大基調である。

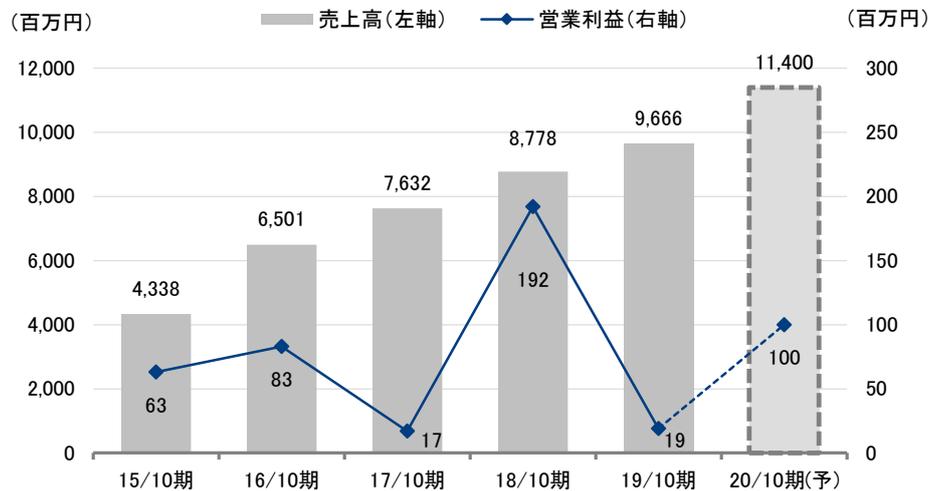
2020年10月期の通期業績見通しについては年初計画どおりで、売上高が 11,400 百万円（前期比 17.9% 増）、営業利益が 100 百万円（同 402.6% 増）、経常利益が 100 百万円（同 225.2% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益が 70 百万円（同 507.1% 増）としている。通期業績見通しの数値は変動要因を含みつつも、EC 事業の順調な拡大や M&A・事業提携による事業拡大の寄与で、売上高・利益ともに達成する可能性が高いものと弊社は見ている。

Key Points

- ・ 2020年10月期第2四半期は増収・大幅営業増益、過去最高を達成
- ・ 通期業績見通しは年初計画どおり、新規 EC 事業の業務提携案件などで飛躍的拡大期待
- ・ EC 事業は長期的に増収増益傾向、新型コロナウイルスの影響は同社業績には追い風に

要約

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カ月間の変則決算
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

**ネット通販サイト「リコメン堂」を運営する
 マーケティングサービス企業。
 国内 EC 事業を核にして M&A を含む戦略投資で事業拡大を図る**

1. 会社概要

同社は、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「EPO」を活用して拡販支援サービスを行うものである。

2. 沿革

同社は、創業者で代表取締役社長である岡本洋明（おかもとひろあき）氏によって2002年1月に思い出写真のアーカイブ化、映像化システムの製造販売を事業目的として設立された。写真や映像など記憶に残るデジタルデータを「世代を超えた人と人の架け橋」になって伝えようという想いが社名の由来である。2007年6月にはネットマーケティング事業に参入し、ネット通販サイト「リコメン堂」を開設した。その後、大手の EC モール各社との業務提携などにより、EC マーケティング事業を主力事業として業容を拡大した。2014年9月には東京証券取引所マザーズ市場に株式上市し、資金調達を図るとともに、M&A を含む戦略投資によって飛躍的な事業拡大を図っている。

■ 事業概要

自社運営の EC 事業と、 マーケティング機能をサービス提供する EC サポート事業が主力事業。 メーカーと共同での商品企画関連事業も

同社グループの事業は、EC マーケティング事業と商品企画関連事業、その他にて展開される。

(1) EC マーケティング事業

EC マーケティング事業は、同社グループが直接運営するネット通販サイト「リコメン堂」などを通じて一般消費者向けに商品販売を行う「EC 事業」と、同社グループの各種マーケティング機能を、EC サイト運営を検討中もしくは既に運営しているクライアント企業向けにサービス提供する「EC サポート事業」とに分けられる。

a) EC 事業

マーケティングの基礎となるビッグデータを、同社グループが運営するネット通販サイト「リコメン堂」のほか、楽天市場などの EC モールやインターネット全体から収集・分析し、同社グループと取引のあるメーカー及び卸売業者から提案された商品について、消費者の購買につながる可能性の高いキーワード、商品画像、価格等を設定し、同社グループ EC サイトで販売を行う事業である。

同社グループは、「EPO」という独自かつ汎用性のあるマーケティング手法（詳細後述）を活用し、インテリア、ファッション、美容コスメ、スポーツ、キッズ・ベビー、家電、食品、日用品など、幅広いジャンルの商品を取り扱っている。店舗については主に「リコメン堂」の屋号で、ジャンル別に複数のモールにまたがり、計 66 店舗が出店し、取扱商品数は約 168 万点（いずれも 2020 年 4 月 30 日時点）に上る。

b) EC サポート事業

同社グループの各種マーケティング機能を、今後 EC サイトの運営を検討中、または既に運営している企業向けに提供する事業である。同社グループが獲得した各種マーケティングデータを活用し、戦略的な EC サイトの構築及び運営代行や、対象となる EC サイトへの売れる商品情報の提供、店舗デザインの編集、商品構成（選定）と最適な検索キーワード及び商品ページの作成、集客、顧客対応等の運営支援を全般的に行うサービスとして提供している。

(2) 商品企画関連事業

同社グループの EC マーケティング事業で獲得した商品データを活用し、商品の企画開発・製造を行う事業である。具体的には、売れ筋データ分析によるメーカーへの新規商品の企画提案、高品質かつ高採算商品の製造のための海外工場との直接連携による生産管理体制の構築、同社 EC マーケティング事業及びインターネット市場全体の分析による、実店舗への情報提供及び商品提供を行う。

(3) その他事業

子会社の（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、及びメディア事業（EC マーケティングデータを活用したメディア関連・情報発信業務）である。

事業概要

(4) 「EPO」について

「EPO」とは、「楽天市場」、「Yahoo! ショッピング」、「Amazon」等に代表される EC モールをマーケティングインフラとして捉え、それぞれの EC モールごとにおける特性をデータとして蓄積し、対象となる商品について、販売に最適な各種条件の設定をしていくものである。そして、同社グループ EC サイトにて販売を行い、その売れ行き状況を判断材料とし、より効果の高い販売結果を導き出すサイクルを実現するものである。EC モールによらない単独サイトでの販売に比べてサイト開設時の初期コストが圧縮できるほか、集客費や広告費が節約され、効率的なマーケティングが行えるという特長がある。

「EPO」のサイクルは、1) 収集・分析、2) 集客、3) 実行（販売）、4) 検証の 4 つの機能から構成され、このサイクルを実現するためには、1) 多種商品調達力、2) 多店舗運営能力、3) ローコストオペレーション、4) システム開発力・分析力の 4 つの基礎能力が必要とされる。

業績動向

EC 需要増加・EC サポート事業案件増加で 第 2 四半期は増収・大幅営業増益、過去最高を達成

1. 2020 年 10 月期第 2 四半期の連結業績概要

同社は、2020 年 6 月 12 日に 2020 年 10 月期第 2 四半期の連結業績を発表した。売上高 5,768 百万円（前年同期比 24.6% 増）、営業利益 67 百万円（同 401.9% 増）、経常利益 56 百万円（同 194.0% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益 23 百万円（同 466.8% 増）であった。前年同期比で大幅増収増益となり、売上高・営業利益ともに第 2 四半期時点において過去最高を達成した。EC マーケティング事業において、EC 需要増加の影響及び EC サポート事業での案件増加が寄与した。

増収要因として、既存の EC マーケティング事業については、PV 数、パートナー企業数、商品数がいずれも堅調な伸びで事業拡大に貢献した。特に、2020 年 3 月以降の新型コロナウイルス感染拡大で外出自粛が叫ばれ、それに伴い EC 需要が急増したことが寄与している。商品企画関連事業については、逆に新型コロナウイルス感染症の影響により主要な取引先への製品の納品が下期に期ずれしたため、売上高は増収となったものの伸び悩んだ。

増益要因は、商品企画関連事業において納品期ずれで営業利益が減益となったものの、EC マーケティング事業が大幅拡大したことが挙げられる。同社の属する EC 市場においては、更なる宅配料金の値上げなどの不安もあるなか、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る。特に今回の新型コロナウイルス感染拡大に伴い EC 需要が増加し、感染拡大の動向は不透明ながらも EC 需要拡大の流れは続くと思われる。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、既存及び新規のモールでの「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、基本的に増収傾向である。

ジェネレーションパス | 2020年7月22日(水)
 3195 東証マザーズ | <https://genepa.com/ir/>

業績動向

2020年10月期第2四半期連結業績

(単位：百万円)

	19/10期2Q		20/10期2Q		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	4,629	100.0%	5,768	100.0%	24.6%
売上原価	3,380	73.0%	4,180	72.5%	23.7%
売上総利益	1,248	27.0%	1,588	27.5%	28.1%
販管費	1,234	26.7%	1,521	26.4%	23.2%
営業利益	13	0.3%	67	1.2%	401.9%
経常利益	19	0.4%	56	1.0%	194.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4	0.1%	23	0.4%	466.8%

出所：決算短信、投資家説明資料よりフィスコ作成

販管費全体では前年同期比で286百万円の増加、対売上比では同0.3ポイント減となった。販管費が増加した要因は、倉庫管理費などの荷造包装費や売上増に伴うロイヤリティ、販売促進費のポイント付与分などが増加したことによる。一方で、対売上比が前年同期比で微減となったのは、広告宣伝費がマーケティングデータを活用して抑制できたこと、人件費がシステム化の推進で微減したこと、またM&A関連費用が前年同期比で効率化できたことなどによる。

販管費の内訳

(単位：百万円)

	19/10期2Q		20/10期2Q		対売上比 増減	増減要因
	実績	対売上比	実績	対売上比		
人件費	196	4.3%	212	3.7%	-0.5pt	システム化の推進により微減
荷造包装費	423	9.2%	572	9.9%	0.7pt	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	57	1.2%	55	1.0%	-0.2pt	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	104	2.3%	130	2.3%	-0.0pt	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	130	2.8%	177	3.1%	0.2pt	相対的にECマーケティング事業の売上比率が高まったためロイヤリティ比率増加
その他	321	6.9%	373	6.5%	-0.4pt	M&Aや提携、新規事業の関連費用支出で前年同期より効率化達成
合計	1,234	26.7%	1,521	26.4%	-0.3pt	

出所：投資家説明資料より掲載

2. セグメント別動向

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)その他(システム受託開発等)の3カテゴリーである。

業績動向

セグメント別の売上高・営業利益（前年同期比較）

（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
19/10 期 2Q	売上高	3,600	1,010	17	-	4,629
	セグメント利益	77	58	10	-132	13
20/10 期 2Q	売上高	4,653	1,046	68	-	5,768
	セグメント利益	174	3	20	-131	67

注：売上高に内部取引は含まず。調整額は主に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、同社の売上高の約 80% を占める中核事業である。PV 数、商品数などの拡大により、今後とも同社の成長の中心とみられる。2020 年 10 月期第 2 四半期は、新型コロナウイルス感染症の影響により、家具・家電・医療用消耗品・生活雑貨等の売上が好調であったこと、2019 年 11 月に開店した「PayPay モール」が順調に売上を伸ばしたこと、子会社の（株）カンナートにおける EC サポート案件等の売上を大きく伸ばさせたことなどにより、売上高は四半期ベースで過去最高を達成した。利益面においては、引き続き送料値上げの影響を自社で吸収している状況ではあるものの、各種利益改善の取り組みの効果が出始めたことに加え EC 需要の高まりによる売上増の影響、EC サポート案件の増加の影響等により、前年同期を大きく上回る水準で推移した。また、EC マーケティング事業のノウハウやビッグデータを活用した EC サポート事業については、ファミリーマート <8028> との業務提携に伴い、新規 EC 事業の運用・保守等を推進している。

その結果、EC マーケティング事業としては、売上高は 4,654 百万円（前年同期比 29.3% 増）、セグメント利益は 174 百万円（同 124.6% 増）となった。なお、2019 年 7 月に開始した新規 EC 事業「Kaema」については、第 2 四半期時点ではあまり大きな実績は出ていないもようだが、下期以降での大幅な収益拡大施策を提携先と協議中とのことである。

(2) 商品企画関連事業

2015 年 2 月にスタートした比較的新しい事業である。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 (Marketing Information System) 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。商材や取引社数などの拡大により、事業開始後 5 年で同社の売上高の約 18% を占めるまでになっている。

2020 年 10 月期第 2 四半期においては、中国の青島新綻紡貿易有限公司（以下、新綻紡社）における寝具の売上が大幅に伸ばしたことなどにより前年同期比で売上高は増収であった。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響で、国内納品先の納期調整による下期への期ずれ、Genepa Vietnam Co., Ltd.（以下、ジェネパベトナム）の米国・欧州向けメイン商材の納期調整で下期ずれとなったことと先行投資負担などで、売上高は増収であったが伸び悩み、利益は大幅減となった。この結果、商品企画関連事業の売上高は 1,046 百万円（前年同期比 3.6% 増）、セグメント利益は 3 百万円（同 93.5% 減）となった。

業績動向

(3) その他

「その他」は、連結子会社である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、及びメディア事業（ECマーケティングデータを活用したメディア関連・情報発信業務）である。2020年10月期第2四半期は、Webメディア「イエコレクション（IECOLLE）」が新型コロナウイルス感染症の影響による在宅時間の増加に伴い、PV数が過去最高を記録し、大きく伸長した。この結果、売上高は68百万円（前年同期比294.7%増）、セグメント利益は20百万円（同97.4%増）と連結業績拡大に貢献した。

M&Aの資金需要等に備え借入金が増加するも、財務状況は当面問題なし

3. 財務状況と経営指標

2020年10月期第2四半期末における総資産は、前期末比804百万円増加し3,950百万円となった。これは流動資産が主に金融機関からの長期及び短期融資により現金及び預金が363百万円増加し、取引高の増加により受取手形及び売掛金が235百万円増加したこと、及びジェネパベトナムにおける設備投資などで有形固定資産が73百万円増加したことなどによるものである。

負債合計は前期末比800百万円増加し2,322百万円となった。これは主に、M&Aに関する資金の需要への備えとして締結したコミットメントライン契約による融資により、短期借入金が320百万円増加、季節変動により支払手形及び買掛金が152百万円増加、ジェネパベトナムの追加設備投資を目的とした融資により、長期借入金が196百万円増加したことなどによるものである。

純資産は1,628百万円となり、前期末比4百万円増加した。これは主に、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により、利益剰余金が23百万円増加した一方で、連結子会社新統紡社の株式の追加取得により非支配株主持分が26百万円減少したことなどによるものである。

キャッシュ・フローの状況については、2020年10月期第2四半期末における現金及び現金同等物は前期末比363百万円増加し933百万円となった。キャッシュ・フローごとの増減要因については、営業キャッシュ・フローは49百万円の支出となった。これは、税金等調整前四半期純利益の計上55百万円、仕入債務の増加額151百万円、法人税等の還付額9百万円等の資金の増加要因があったものの、売上債権の増加額235百万円、たな卸資産の増加額118百万円等の資金の減少要因があったことによるものである。投資キャッシュ・フローは77百万円の支出であった。これは主に、有形固定資産の取得による支出89百万円等の資金の減少要因があったためである。財務キャッシュ・フローは、489百万円の収入であった。これは主に、短期借入金の増加額320百万円、長期借入れによる収入200百万円等の資金の増加要因があったことによるものである。

経営指標を見ると、安全性を表す自己資本比率が41.0%と50%を割り込んだほか、流動比率及び有利子負債比率も悪化した。これは、現金及び預金の残高や受取手形及び売掛金が増加した一方で、長期・短期借入金が増加したことによる。また、現金及び預金の残高は363百万円増加したが、長期・短期借入金の増加により、ネットキャッシュは151百万円減少して132百万円となった。

ジェネレーションパス | 2020年7月22日(水)
 3195 東証マザーズ | <https://genepa.com/ir/>

業績動向

総じて見ると、安全性の指標が悪化しているものの、依然として高い自己資本比率であり、基本的には今後のEC市場の拡大に伴って、売上高の拡大とともに収益も改善が進むことが期待され、特に財務状況で問題とされる状況ではないと考える。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、近い将来の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。

各財務指標

(単位:百万円)

	19/10期 2Q末	19/10期末	20/10期 2Q末	前期末比 増減額	主要増減要因
流動資産	2,670	2,785	3,543	758	現金及び預金 +363、受取手形及び売掛金 +235、 原材料及び貯蔵品 +82
固定資産	308	361	406	45	有形固定資産 +73
総資産	2,978	3,146	3,950	804	
流動負債	1,335	1,503	2,151	647	短期借入金 +320、支払手形及び買掛金 +152、 1年内返済予定の長期借入金 +40
固定負債	22	18	171	152	長期借入金 +156
負債合計	1,358	1,522	2,322	800	
純資産	1,620	1,624	1,628	4	利益剰余金 +23、非支配株主持分 -26
負債純資産合計	2,978	3,146	3,950	804	
(有利子負債)	475	553	1,068	514	
(ネットキャッシュ)	176	18	-132	-151	

(安全性)	19/10期 2Q末	19/10期末	20/10期 2Q末	前期末比 増減
流動比率	199.9%	185.3%	164.7%	-20.6pt
自己資本比率	53.5%	50.6%	41.0%	-9.6pt
有利子負債比率	29.8%	34.8%	65.9%	31.1pt

	19/10期 2Q末	19/10期末	20/10期 2Q末	前年同期比 増減額
営業キャッシュ・フロー	-39	-118	-49	-10
投資キャッシュ・フロー	-96	-172	-77	18
財務キャッシュ・フロー	87	167	489	402
現金及び現金同等物	651	570	933	282

出所: 有価証券報告書、決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2020年10月期通期業績見通しは年初計画どおり、 新規EC事業が予測困難も、EC需要は大幅拡大の期待

1. 2020年10月期の通期業績見通し

同社は2020年10月期の通期業績見通しについては年初計画どおりで、売上高が11,400百万円（前期比17.9%増）、営業利益が100百万円（同402.6%増）、経常利益が100百万円（同225.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が70百万円（同507.1%増）としている。なお、ファミリーマートとのEC事業における業務連携：ネット通販「Kaema」については、予測困難な変動が見込まれるため、年初計画の通期業績見通しには含まれていない。これは、既存のEC事業が堅調な拡大を見込めることと、投資家に対する信頼感の醸成ということもあり、既存事業部分でのみの業績予想としている。

基本的には、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おおむね順調に伸長している。特に新型コロナウイルスの影響でEC需要は大きく拡大しており、今後ともオーガニックな成長が期待される。また、新規EC事業の状況については、伸び悩みの要因となっているカード決済機能の要件が整えば、数十億円程度の規模で売上高が積み上がることが期待されるものと推測する。このため、2020年10月期の通期業績見通しの数値は変動要因を含みつつも、EC事業の順調な拡大やM&A・事業提携による事業拡大の寄与で、売上高・利益ともに達成する可能性が高いものと弊社は見ている。

2020年10期通期業績計画

(単位：百万円)

	18/10期 実績	19/10期 実績	20/10期		
			通期計画	前期比	対売上比
売上高	8,778	9,666	11,400	17.9%	100.0%
売上原価	6,069	7,089	8,200	15.7%	71.9%
売上総利益	2,708	2,576	3,200	24.2%	28.1%
販管費	2,516	2,556	3,100	21.3%	27.2%
営業利益	192	19	100	402.6%	0.9%
経常利益	203	30	100	225.2%	0.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	135	11	70	507.1%	0.6%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2. トピックス

以下は、通期業績にも関連する直近での重要なトピックスである。

(1) 新型コロナウイルス感染症への対応と影響

EC マーケティング事業については、新型コロナウイルス感染症対策としてリモートワークを推進し事業を継続した結果、従来からの主力商品である新生活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している。また、EC サポート案件もカンナートで2020年4月に単月過去最高売上を達成するなど、好調に伸長している。

商品企画関連事業については、中国青島工場は2020年4月単月で過去最高売上を記録したものの、国内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売上の大部分が下期に期ずれした。ベトナム工場でも同様に商談が中断となったものの、5月以降再開している。メディア事業については、EC マーケティング事業と同様に3月よりイエコレクションのPV数が急伸するなど急拡大を続けている。

総じて全社連結ベースでは、2020年4月～5月はそれぞれ単月で過去最高売上を達成し、現時点では新型コロナウイルスの影響は、同社の主力事業であるEC事業の業績にとっては追い風となっている。

(2) 譲渡制限付株式報酬制度の導入

同社では、取締役を対象に、同社の中長期的業績の向上と企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主との一層の価値共有を進めるために、譲渡制限付株式報酬制度の導入を決定した。

(3) 青島新綻紡貿易有限公司の株式追加取得

同社は、2020年4月15日に新綻紡社株式1,600,000株(17.78%)を追加取得し、移動後の所有株式数は8,600,000株(95.56%)となった。これは、新綻紡社の寝具の売上が大幅に伸長し、連結グループ内での重要性が高くなったことから、管理体制の強化・シナジー発揮を目的としたものである。

(4) 新綻紡社開発の高機能持続冷感マスク

新綻紡社の企画開発した高機能持続冷感マスクについて、EC マーケティング事業での販売及び国内商品企画関連事業と連携して他社向けの販売を2020年7月上旬より開始予定とのことである。新型コロナウイルス感染症拡大が続くなかで、夏場を迎えて清涼感のある高機能マスクの需要が伸長しており、話題性に富んだ商品である。

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。2020年10月期の業績については変動要因が大きく不透明な部分もあるが、新規EC事業を始め、M&Aや事業提携の効果によって飛躍的な拡大が実績として見えてくれば、新たな中長期経営計画などの目標設定が掲げられるだろう。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。

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp