

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2023 年 2 月 6 日 (月)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst Tomokazu Murase



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 10 月期の連結業績概要	01
2. 2023 年 10 月期の連結業績見通し	01
■ 会社概要	03
■ 事業概要	03
1. EC マーケティング事業	04
2. 商品企画関連事業	05
3. その他	06
■ 強み	06
1. 「EPO」	06
2. ロールアップモデル	08
■ 業績動向	08
1. 2022 年 10 月期の連結業績概要	08
2. 「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴う主な変更点	09
3. 営業外収益（為替差益）の計上	09
4. セグメント別業績	10
5. 財務状況	13
■ 今後の見通し	14
1. 2023 年 10 月期の連結業績見通し	14
2. 事業戦略	15
■ トピック	17
■ 株主還元策	18

要約

2022 年 10 月期は実質最高売上高を更新、 高価格帯の家具が伸びたほか、ベトナム子会社の工場稼働率が向上

ジェネレーションパス <3195> は、インターネット通販サイト「リコメン堂」を多店舗運営するマーケティング支援サービス企業である。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、特定の EC プラットフォームに特化したアプローチを行う独自の Web マーケティング手法「EPO」(EC Platform Optimization)を活用して拡販支援サービスを行うものである。

1. 2022 年 10 月期の連結業績概要

2022 年 10 月期の連結業績は、売上高 15,979 百万円、営業利益 74 百万円 (前期比 11.0% 増)、経常利益 396 百万円 (同 175.5% 増)、親会社株主に帰属する当期純利益 343 百万円 (前期は 90 百万円の損失) となった。なお、2022 年 3 月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため、売上高の前期比増減率は記載していない。新型コロナウイルス感染症の拡大 (以下、コロナ禍) を背景とした EC 需要・巣ごもり需要が引き続き増加したことから家具・家電・生活雑貨などの売上が好調となったほか、リベンジ消費の動きも見られており、高価格帯の家具などの売れ行きも好調であった。これにより、旧基準では前期に続き過去最高の売上高を達成した。利益面については、急激な円安及び国際的なエネルギー・原材料価格の高騰による仕入価格の大幅な上昇に伴う影響が大きかったことから「EC マーケティング事業」は減益となったが、「商品企画関連事業」において中国子会社の青島新綻紡貿易有限公司及びベトナム子会社の Genepa Vietnam Co.,Ltd. (以下、ジェネパベトナム) の工場稼働率が向上し、売上が順調に拡大した。

2. 2023 年 10 月期の連結業績見通し

2023 年 10 月期の連結業績予想は、売上高 18,735 百万円 (前期比 17.2% 増)、営業利益 325 百万円 (同 339.4% 増)、経常利益 380 百万円 (同 4.1% 減)、親会社株主に帰属する当期純利益 248 百万円 (同 27.7% 減) を見込んでいる。同社グループを取り巻く経営環境は、コロナ禍による影響が不確実性を伴うこと、急激な為替変動、EC 市場の継続的な拡大による競争の激化、エネルギー・原材料の高騰といった厳しい状況である。そのなかで、EC マーケティング事業においては、売上高と利益のバランスを取ったうえで新しい生活様式に対応させながら事業を拡大させるとともに、他社の EC をサポートする EC サポート事業にも注力する方針である。商品企画関連事業においては、商品提案及び新規顧客開拓を加速させつつ、自社グループでのプライベート商品の開発にも注力する。また、子会社の青島新綻紡貿易及びジェネパベトナムの稼働率を向上させて売上高及び利益の拡大に努めていく。

ジェネレーションパス
3195 東証グロース市場

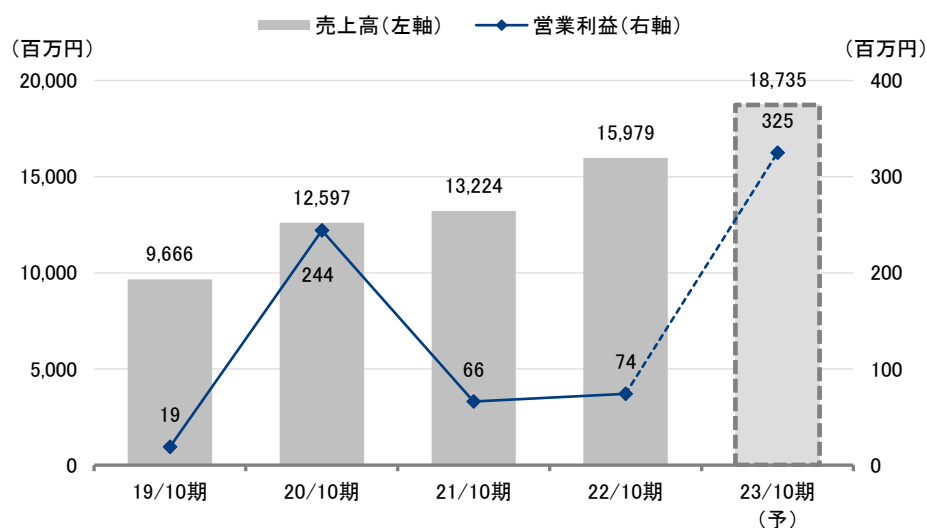
2023 年 2 月 6 日 (月)
<https://www.genepa.com/ir/>

要約

Key Points

- ・ 自社サイト「リコメン堂」好調、消費者ニーズ取り込み高額商品が伸長
- ・ 「EPO」という独自かつ汎用性のあるマーケティング手法を活用
- ・ 中国及びベトナムでの工場稼働率が向上
- ・ 新たな Web メディア「プレゼントコレクション」を 2022 年 11 月にリリース
- ・ 2022 年 10 月期に初配当を実施。連結経常利益 300 百万円以上の達成確度は高く、連続配当の可能性

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)

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

会社概要

インターネット通販サイト「リコメン堂」を多店舗運営する マーケティング支援サービス企業。 国内 EC 事業を核にして中国やベトナムで事業拡大を図る

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との架け橋」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、インターネット通販サイト「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場し、資金調達を図るとともに、2018 年 9 月に Web マーケティングに必要なソリューションを提供する（株）カンナートを完全子会社化、2019 年 10 月にはベトナムに子会社ジェネパベトナムを設立、2020 年 4 月には青島新綻紡貿易の株式を追加取得するなど、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。なお 2022 年 4 月に、同社は東京証券取引所グロース市場へ移行した。

事業概要

自社運営の通販サイト「リコメン堂」を運営する EC マーケティング事業が主力事業

同社グループの事業は、同社及び連結子会社である（株）トリプルダブル、中国子会社である青島新綻紡貿易とその子会社である青島新嘉程家纺有限公司、カンナート、（株）フォージ、ジェネパベトナムの計 7 社で構成されており、EC サイトで商品販売を行う「EC マーケティング事業」、マーケティングデータを基に商品の企画サポートを行う「商品企画関連事業」、ソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業、メディア事業を行う「その他事業」を展開している。

主要グループ会社の概要（2022 年 10 月 31 日時点）

社名	事業内容
（株）トリプルダブル	システム開発の技術支援、システム及びアプリケーションの受託開発、メディア事業
（株）カンナート	Web 制作、各種 Web サービスの企画・立案、EC サポート
（株）フォージ	EC 通販
青島新綻紡貿易（有）、青島新嘉程家纺（有）	インテリア・ファブリック製品の企画・販売及び輸出入、製造
Genepa Vietnam Co.,Ltd.	インテリア・ファブリック製品の製造

出所：第 21 回定時株主総会招集通知よりフィスコ作成

事業概要

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 EC 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「マーケティング事業」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。同社の売上高の約 8 割を占める中核事業である。

(1) マーケティング事業

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 EC サイト「リコメン堂」のほか、Amazon や楽天市場、Yahoo! ショッピングなどの 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、特定の EC プラットフォームに特化したアプローチを行う「EPO」という独自かつ汎用性のあるマーケティング手法を活用し、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「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、2022 年 10 月期末時点で計 69 店舗が出店し、パートナー企業数は 837 社、取扱商品数は約 203 万点超に上る。足元においても店舗及びパートナー企業数、取扱商品数は増加傾向にある。

「リコメン堂」の仕組み



(2) 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、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。

(3) Web 制作・開発事業

Web 制作・開発では、キャンペーンやプロモーションの戦略立案から Web 制作、システム開発、運用まで、各分野のスペシャリストがワンストップで行うほか、コンテンツ運用やマーケティングサポート、顧客集客、保守管理などを、一括受託または共同事業として、事業開発を総合的にサポートする。

ジェネレーションパス

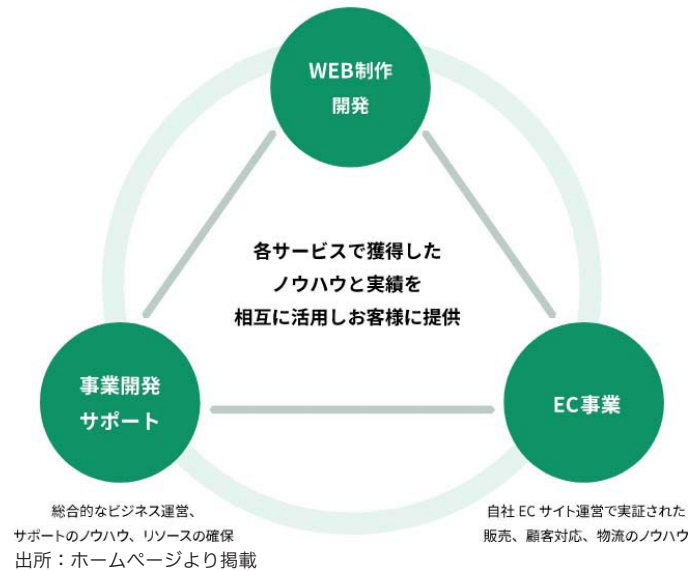
3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)

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

事業概要

Web 制作・開発事業の仕組み

最新の WEB マーケティングと
制作、開発技術


2. 商品企画関連事業

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、試作品から商品試験等のテストを行い開発・製造を行う事業であり、クライアントのニーズに応える OEM 商品の提案及び企画・開発を、生産から納品まで一貫したサービスで提供する。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。同社プライベートブランド「Simplus (シンプラス)」では、売れ筋データ分析等からニーズの高い個性を生かした生活家電製品を国内外の有カメーカーと協力して展開している。商材や取引社数などの拡大により、売上高の約 19% を占めるまでになっている。なお、生産から納品まで一貫して行うため、東南アジアの提携工場ネットワークを構築しており、自社 QC (Quality Control: 品質管理) スタッフや同社提携 QC が提携工場を巡回し品質を管理・改善することで、デザインから機能開発、商品化を行う。

商品開発・ブランド開発・自社工場を展開



出所：ホームページより掲載

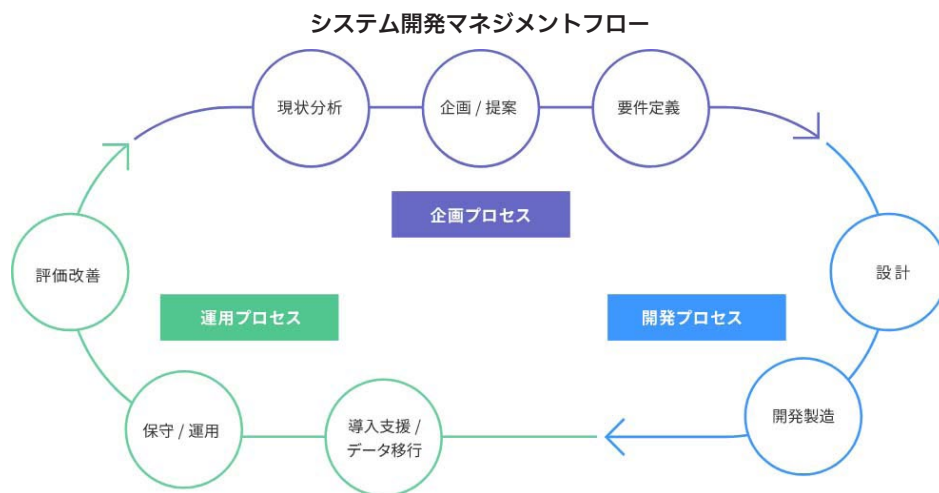
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

3. その他

子会社の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（「IECOLLE」（以下、「イエコレクション」）」で提供するインテリア情報など 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。



出所：ホームページより掲載

強み

商品の販売を最適化するマーケティング手法「EPO」

1. 「EPO」

同社の強みは、EC モールをマーケティングインフラとして捉え、商品の販売を最適化するマーケティング手法を取り入れていることにある。効率的に集客を行う仕組みである「EPO」を活用し、EC サイトから画像やテキスト、価格を自動調査して最適な掲出方法を分析するほか、商品特性ごとに最適な売り方をパターン化しデータを蓄積している。自社サイト「リコメン堂」を運営するうえで蓄積されたノウハウを有し、検索・ディレクトリ対策、効果的な広告の選定、価格決定、ページ制作など、各々の EC プラットフォームごとに最適化した店舗運営を行うことを可能としている。

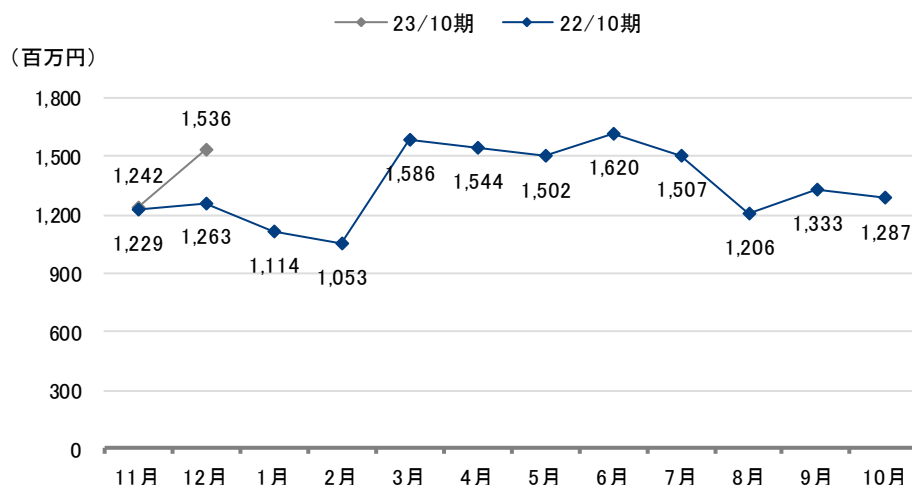
大手 EC モールへの出店実績、パートナー企業との連携実績、多分野にわたる商品点数といったこれまでの実績があり、一般消費者の購買意欲促進や新規パートナー企業の勧誘などに有利である。また、カンナートの連結子会社化により、EC システムの開発から制作・運用及びそのメディア配信までワンストップで対応できる体制が整い、取引先への EC サポート事業の拡販が強力なものとなった。

ジェネレーションパス
3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)
<https://www.genepa.com/ir/>

強み

月次売上高推移



出所：「月次売上高前年同期比についてのお知らせ」よりフィスコ作成

多ジャンルの膨大な商品群を多店舗で効率的に販売管理するために、GPMS（Generation Pass Management System）を開発し、オペレーションの自動化を図っている。これは自社独自の開発であり、PDCA サイクルに基づき業務効率化のためのサブシステムを適宜開発し機能付加をすることで、リアルタイムでのアップデートが行える体制を構築した。同システムの導入により、商品数や店舗数が増加しても固定費の増加を一定程度に抑えることができ、コストを保ったまま、さらなる商品の受入や多店舗展開が可能となっている。

また、自社店舗を運営していることから、リアルタイムに販売データの入手が可能である。MIS（Marketing Information System）を用いて、EC 市場全体のマーケティングデータを定期的に収集している。これらのデータに対して、MIS エンジンを含む複数の推定エンジンの結果をデータサイエンティストチームが分析し、調達商品の選定や販売方法の最適化を行う。このような 203 万を超える商品数及び多店舗展開に対応した GPMS やビッグデータの収集・解析を行う MIS はすべて自社開発を行っており、開発ノウハウと開発力を保持している。

メーカーとともに成長していくロールアップモデル

2. ロールアップモデル

同社のビジネスモデルはロールアップモデルである点も特徴的だ。同社は安く仕入れた商品を EC マーケットで販売して差額を利益として得るという単純なビジネスではなく、メーカーとともにマーケティングしながら成長していくロールアップモデルを採用している企業だ。自社ブランドを販売する新興メーカーが増えるなかそれらを支援する形のビジネスで、米国などでは成長が急拡大しており注目を集めている。例えば、インド GlobalBees Brands Pvt Ltd は、同社と同じくロールアップモデルの e コマース企業である。2021 年 4 月の設立後、わずか 9 ヶ月でユニコーン化（企業価値が 10 億ドルを超える未上場企業）したことで話題となった。GlobalBees Brands へは、インドのデジタル企業に投資を続けている SoftBank Vision Fund L.P. などが出資している。国内では、サイバーエージェント <4751> の連結子会社の（株）サイバーエージェント・キャピタルが（株）ACROVE に出資している。ACROVE は、Amazon や楽天市場といったマーケットプレイスにおける EC 事業の成長をサポートする企業である。同社は 837 社（2022 年 10 月期末）のパートナー企業と 203 万点超の商品数を有するほか、商品の販売を最適化する独自のマーケティング手法「EPO」によって、出遅れている国内ロールアップ市場の成長を先取りする可能性があると考えられている。

業績動向

2022 年 10 月期は黒字転換。EC 需要は引き続き堅調なほか、商品企画関連事業において中国・ベトナムでの工場稼働率が向上

1. 2022 年 10 月期の連結業績概要

2022 年 10 月期の連結業績は、売上高 15,979 百万円、営業利益 74 百万円（前期比 11.0% 増）、経常利益 396 百万円（同 175.5% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 343 百万円（前期は 90 百万円の損失）となった。なお、2022 年 3 月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため、売上高の前期比増減率は記載していない。コロナ禍を背景とした EC 需要・巣ごもり需要が引き続き増加したことから家具・家電・生活雑貨などの売上が好調となったほか、リベンジ消費の動きも見られており、高価格帯の家具などの売れ行きも好調であった。これにより、前期に続き実質過去最高の売上高を達成した。一方で利益面については、急激な円安及び国際的なエネルギー・原材料価格の高騰による仕入価格の大幅な上昇に伴う影響が大きかったことから「EC マーケティング事業」は減益となったが、「商品企画関連事業」において青島新綻紡貿易及びジェネパベトナムでの工場稼働率が向上し、売上が順調に拡大した。

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)

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

業績動向

月次売上動向を見ると、2022 年 12 月度の連結売上高は好調に推移し、前年同月比で 21.6% 増となった。なお、数値については速報値を使用しており、次月以降の開示の際に修正する可能性があるほか、監査法人による会計監査を受けていないため、決算数値との差異が発生する可能性がある。また、青島新統紡貿易及びジェネパベトナムの売上高は、同社グループの連結決算に合わせておおむね 1 ヶ月遅れで同社の連結業績に反映される。

2022 年 10 月期連結業績

(単位：百万円)

	21/10 期		22/10 期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	13,224	100.0%	15,979	100.0%	-	-
売上総利益	3,668	27.7%	4,047	25.3%	378	10.3%
販管費	3,601	27.2%	3,973	24.9%	371	10.3%
営業利益	66	0.5%	74	0.5%	7	11.0%
経常利益	143	1.1%	396	2.5%	252	175.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	-90	-0.7%	343	2.2%	433	-

注：「収益認識に関する会計基準」適用により売上高の前期比については記載していない

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴う主な変更点

従来は売上計上に伴い、他社が運営するポイント制度において付与されたポイント相当額は、販売費及び一般管理費として処理していたが、売上高から控除する方法に変更した。「収益認識に関する会計基準」等の適用については、収益認識会計基準第 84 項ただし書きに定める経過的な取り扱いに従い、2022 年 10 月期の期首から新たな会計方針を適用した。ただし、2022 年 10 月期の期首以前までに行った契約については、従前の取り扱いに従って新たな会計方針を遡及適用していない。そのため、2022 年 10 月期の売上高は 298 百万円減少、販売費及び一般管理費は 298 百万円減少し、営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益に与える影響はない。また、利益剰余金の当期首残高への影響もない。

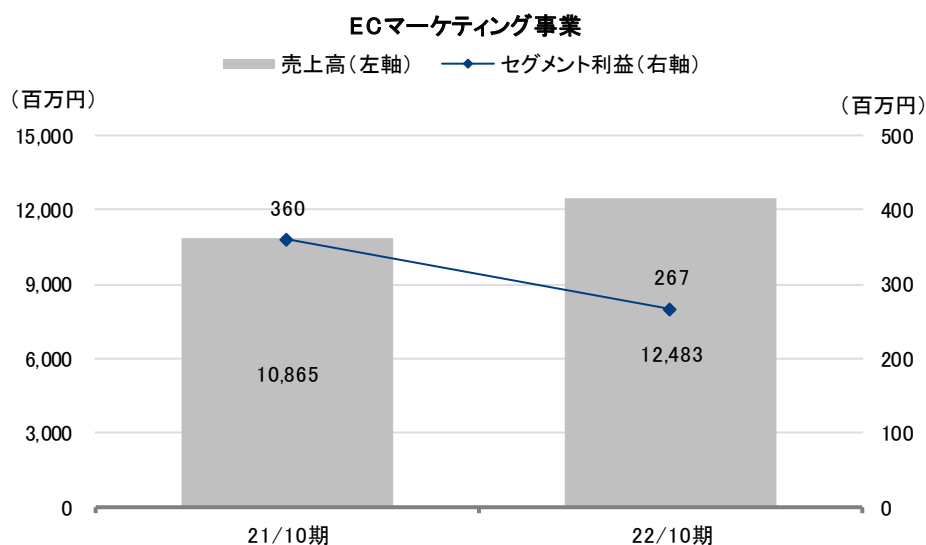
3. 営業外収益（為替差益）の計上

2022 年 10 月期は営業外収益において、ジェネパベトナムが有する外貨建債務に係る為替差益として 266 百万円を計上した。同社において外貨建債務から発生する為替差損益は、EC マーケティング事業における仕入に関わる為替の影響と逆相関の関係にある。円安局面においては営業外の区分で為替差益が発生し、円高局面においては EC マーケティング事業の営業利益が増加する一方、営業外の区分で為替差損が発生することになる。結果として同社グループの為替リスクを一定程度回避する機能が有効に働いた。

4. セグメント別業績

(1) EC マーケティング事業

EC マーケティング事業については、売上高 12,483 百万円（前期は 10,865 百万円）、セグメント利益は 267 百万円（同 360 百万円）となった。コロナ禍の影響により喚起された EC 需要や在宅勤務・巣ごもり需要等、変遷する消費者ニーズを的確に捉え、新商品を継続的に導入したことにより、家具・家電・生活雑貨等の販売が好調に推移し、増収で着地した。利益面については、急激な円安及び国際的なエネルギー・原材料価格の高騰を受け仕入価格が大幅な上昇局面にあったことから、減益での着地となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) 商品企画関連事業

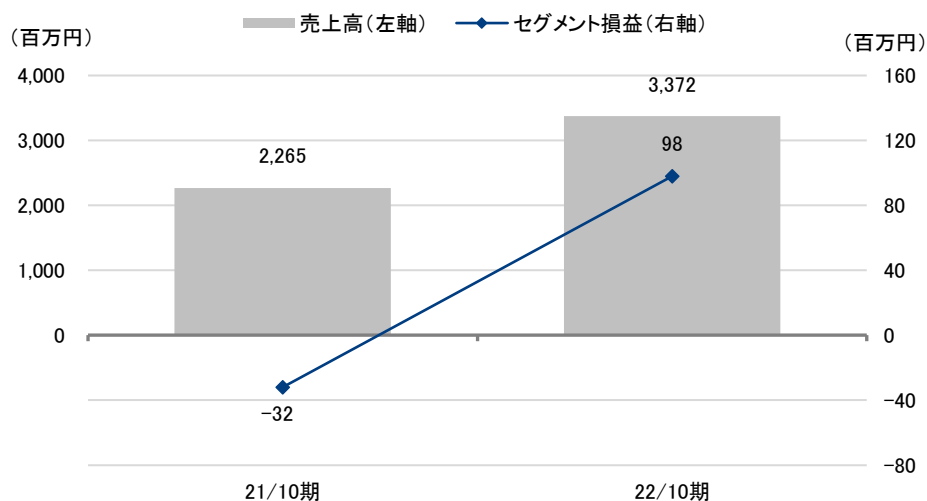
商品企画関連事業については、売上高 3,372 百万円（前期は 2,265 百万円）となり、セグメント損益は 98 百万円の利益（同 32 百万円の損失）に転換した。ベトナムではコロナ禍における各種制限が緩和されつつあること、生産体制の構築が進み工場稼働率が向上したこと、青島新綻紡貿易の受注が順調に増加したこと、売上高・利益面ともに大きく増加した。中国においては、依然としてコロナ禍の影響は警戒視されるものの、ゼロコロナ政策の緩和によって経済活動が正常化に向かうなか、受注の増加傾向が強まってくると弊社では見ている。

ジェネレーションパス
3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)
<https://www.genepa.com/ir/>

業績動向

商品企画関連事業

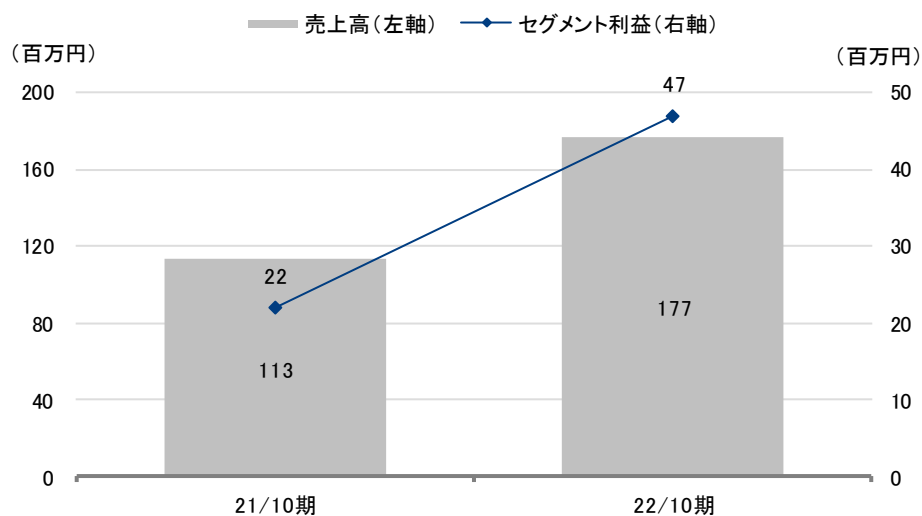


出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) その他

その他の売上高は 177 百万円（前期は 113 百万円）となり、セグメント利益は 47 百万円（同 22 百万円）となった。非物販事業としておしゃれなインテリア・雑貨の紹介、それらの実例の紹介及び家に関するアイデアを紹介する Web メディア「イエコレクション」について、掲載する記事数や PV 数の拡大に向けた人員増加等への投資を行ったほか、新たに「イエコレクション」の収益拡大を目標に、シーン・相手別におすすめの贈り物をセレクトする Web メディア「プレゼントコレクション」を立ち上げた。

その他



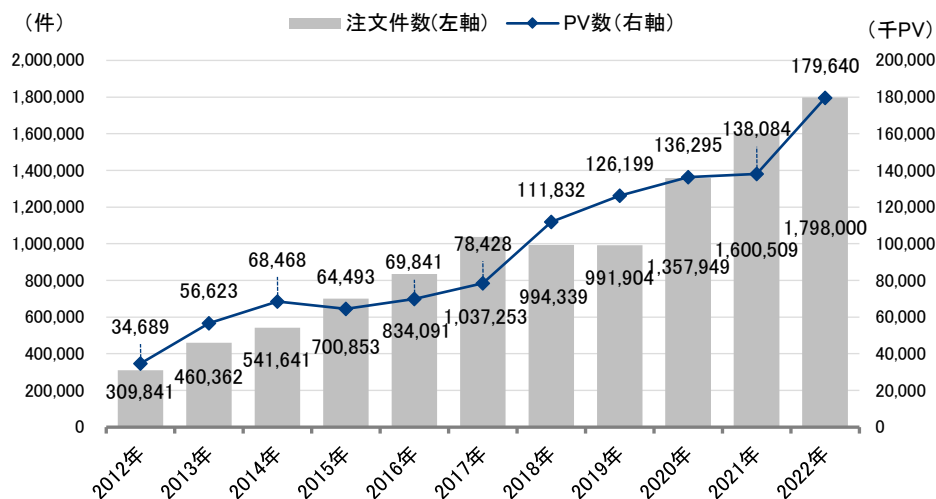
出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス
3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)
<https://www.genepa.com/ir/>

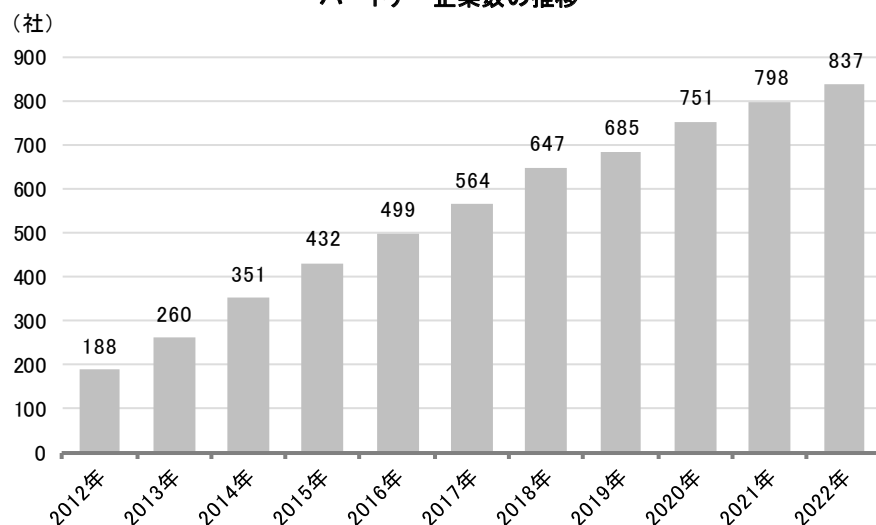
業績動向

ページビュー数と受注件数



出所：投資家説明会資料、取材よりフィスコ作成

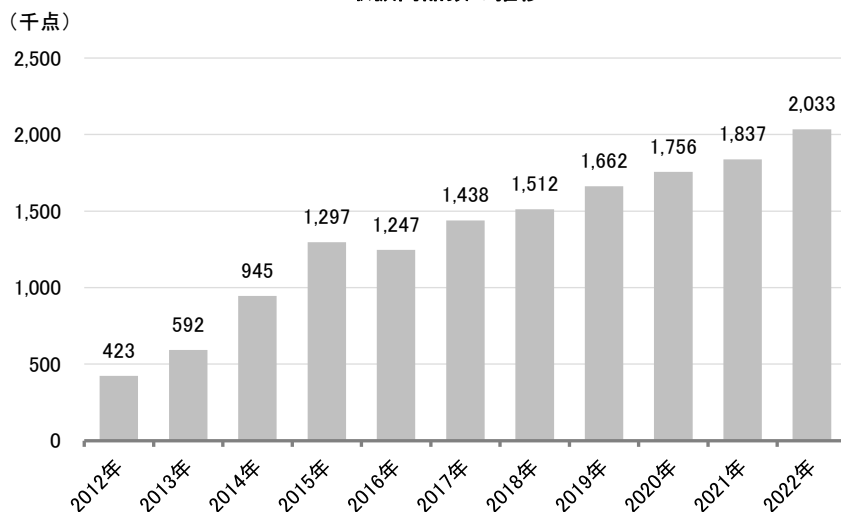
パートナー企業数の推移



出所：投資家説明会資料、取材よりフィスコ作成

業績動向

取扱商品数の推移



注：2022 年の PV 数は、1 ヶ月平均 1,497 万 PV という回答から弊社算出
出所：投資家説明会資料、取材よりフィスコ作成（注：PV 数は 1 ヶ月の平均 PV 1,497 万により換算）

5. 財務状況

貸借対照表によると、2022 年 10 月期末における資産合計は前期末比 1,039 百万円増の 4,638 百万円となった。流動資産は 4,364 百万円となり、同 1,023 百万円の増加となった。主な要因としては売上回収代金の増加及び金融機関からの借入により現金及び預金が 559 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 173 百万円増加、各モールにおける施策向けの在庫確保により商品及び製品が 250 百万円増加したことなどによるものである。固定資産は同 15 百万円増の 273 百万円となった。ジェネパベトナムにおいて機械装置及び運搬具が 44 百万円増加したことなどから、有形固定資産が 35 百万円増加した一方で、のれんが 23 百万円減少したことなどにより無形固定資産が 22 百万円減少したことなどによるものである。

負債合計は、前期末比 705 百万円増の 2,640 百万円となった。流動負債は同 791 百万円増の 2,536 百万円となった。商品及び原材料の仕入量増により支払手形及び買掛金が 177 百万円増加、運転資金の資金調達及び M&A に関する資金の需要への備えを目的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増加し、ロイヤリティや決済手数料等の変動費が増加したことにより未払金が 53 百万円増加したことによるものである。

純資産は、前期末比 334 百万円増の 1,997 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益の計上により利益剰余金が 343 百万円増加したことによるものである。

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)

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

業績動向

簡易貸借対照表（連結）

(単位：百万円)

	21/10 期	22/10 期	増減額
流動資産	3,340	4,364	1,023
現金及び預金	792	1,351	559
受取手形及び売掛金	1,067	1,241	173
商品及び製品	1,050	1,301	250
固定資産	258	273	15
有形固定資産	40	75	35
無形固定資産	161	139	-22
投資その他の資産	55	58	2
資産合計	3,598	4,638	1,039
流動負債	1,745	2,536	791
支払手形及び買掛金	858	1,036	177
未払金	300	353	53
短期借入金	330	830	500
固定負債	190	103	-86
負債合計	1,935	2,640	705
純資産合計	1,663	1,997	334
負債純資産合計	3,598	4,638	1,039

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023 年 10 月期は連続最高売上高を予想。
消費者ニーズを捉えた PB 商品の開発に注力、
青島新綻紡貿易及びジェネパベトナムの稼働率を向上

1. 2023 年 10 月期の連結業績見通し

2023 年 10 月期の連結業績予想は、売上高 18,735 百万円（前期比 17.2% 増）、営業利益 325 百万円（同 339.4% 増）、経常利益 380 百万円（同 4.1% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 248 百万円（同 27.7% 減）を見込んでいる。

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)

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

今後の見通し

同社グループを取り巻く経営環境は、コロナ禍による影響がいまだ不確実性を伴うことや、急激な為替変動、EC 市場の継続的な拡大による競争の激化、エネルギー・原材料の高騰等、厳しい状況となっている。そのなかで、EC マーケティング事業においては、売上高と利益のバランスを取ったうえで新しい生活様式に対応させながら事業を拡大させるとともに、他社の EC をサポートする EC サポート事業にも注力する方針である。商品企画関連事業においては、商品提案及び新規顧客開拓を加速させつつ、自社グループでのプライベート商品の開発にも注力する。また、青島新綻紡貿易及びジェネパベトナムの稼働率を向上させ売上高及び利益の拡大に努めていく。ベトナムでは経済活動の回復が見られるものの、ジェネパベトナムではコロナ禍の影響による従業員の欠勤、サプライヤー側の停止によって原材料の輸入停滞、輸出のためのコンテナ確保にも苦戦しているようだ。しかし、経済活動の正常化が進むことによって改善傾向が本格化してくるだろう。青島新綻紡貿易においては、ゼロコロナ政策の緩和によって中国国内においてコロナ禍が続いている点は不安視される。しかしながら、こちらも経済活動の正常化が進むことによって回復に向かうものと見られる。

2023 年 10 月期の連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/10 期 実績	23/10 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	15,979	18,735	2,755	17.2%
営業利益	74	325	250	339.4%
経常利益	396	380	-16	-4.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	343	248	-95	-27.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業戦略

同社の KPI の根幹となるのは、パートナー企業とパートナー企業が保有する商品となる。これらの商品に対して実施するデータマーケティングの精度を向上させるためには、より多くの商品データが必要である。国内の主要モールでの取扱商品数 2.5 億点程度のうち、同社はまずその 1% (250 万点) の商品の確保を目標として取り組んでいる (2022 年 10 月期末で 203 万点超)。パートナー企業の増加は取扱ジャンルの拡大を意味し、商品数の増加はトップラインの増加につながり、さらに多数のパートナー企業や商品が集まってくる好循環を生み出すと同社では見ている。

(1) EC マーケティング事業

トップラインの拡大を主目的として、引き続き売れ筋商品に関するデータを基に様々なジャンルで商品数を増やすことに注力していくと見られる。加えてマーケティングデータに裏付けられた PB 商品の開発を推進し利益率の向上を図る。また、EC サポート事業のためのノウハウの蓄積や開発技術の向上を目的として、同社で運用上の課題等を抽出しシステム化対応を続けていく。独自開発した GPMS の機能の高度化を行い、商品数、メーカー数、注文数の増加に対応するほか、システムの機能拡張、パフォーマンスの改善を行い、アライアンス業務、受発注業務のオペレーションのさらなる高速化を目指す。また上昇する配送コストの抑制や提携先倉庫の選択と集中を推進し、利益を確保する計画である。

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2023 年 2 月 6 日 (月)

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

今後の見通し

(2) EC サポート事業

EC プラットフォームで蓄積されたビッグデータや高度な情報システムを活用し、EC 事業を志向する企業のサポートを加速する。中期的には、収集されるビッグデータや構築された情報システム、EC 運営ノウハウをパッケージ化し、リアルタイムでのマーケットへのアクセスを通じて日々更新していく。そしてこれらの施策を行うために、特に AI 構築に精通するエンジニアの確保・教育に資源を投下する計画である。エンジニア人材の確保・育成においては、競争力の強化のためエンジニアの獲得を強化するとともに、エンジニアの成長を促す仕組みづくりを継続して行うとしている。

(3) 商品企画関連事業

商品企画関連事業においては、コロナ禍収束後を見据えて自社 PB の開発に注力していくとともに、今までの国内顧客中心の体制から、海外子会社の中国及びベトナムを利用した中国及び欧米の顧客に向けた体制への移行を目指し開拓を開始する。中長期的には国内顧客を維持しつつ、海外顧客の割合を同程度まで増加させ安定的な拡大を図る計画だ。両国ともにコロナ禍による経済活動の低下から徐々に回復する見通しで、2023 年 10 月期以降はさらに売上面・利益面で寄与することが見込まれている。事業計画の達成に向けた施策として、売れ筋商品に関するデータを基に様々なジャンルで商品数を増やし、高利益率を見込んだオリジナル商品を開発し拡大を目指す。また、商品開発のスピードを加速させるほか、子会社工場にて品質管理人材の確保・育成の場を作り、新規協力工場に派遣できる人材に成長させ、協力工場の品質の維持向上を図る方針である。

(4) その他

収益事業として、売上高・利益の拡大を加速するためビッグデータ分析のさらなる活用環境を整備するほか、MIS フレームワークを活用し、分析精度の向上を目指す。また横展開として、複数メディアジャンルの立ち上げをねらう。複数のサイトに同社の分析ノウハウを適用することにより、売上高・利益の拡大を加速させる計画である。事業計画の達成に向けた施策として、EC マーケティング事業で取得できる売れ筋に関するデータを基に商品選定を行い、想定読者のニーズに合致した商品紹介を促進していく。記事の SEO 対策としては、検索キーワードのボリューム・難易度から想定読者と流入数を推定するノウハウを用いて、記事ジャンルの多角化を図る。

■ トピック

新たな Web メディア「プレゼントコレクション」を 2022 年 11 月にリリース

子会社であるトリプルダブルが運用しているインテリア系 Web メディア「イエコレクション」の記事数・PV 数が順調に伸びている。2022 年 6 月に子会社カンナートとともにサイトリニューアルを行い、本格リリースした。「イエコレクション」には暮らしのコラムといった生活のうえで便利に活用できる方法やアイデア、アドバイスなどのコンテンツのほか、アウトドア、スポーツ、エクステリア・工具・DIY、インテリア・家具、生活雑貨、キッチン用品など幅広いカテゴリーがある。また、社内で実際に商品の比較検証を行うなど、ユーザー視点のコンテンツを有する。記事数・PV 数の伸長によって「リコメン堂」への誘導につながることで、売上面・利益面で寄与することが見込まれると弊社では考えている。

同年 11 月にはプレゼント系 Web メディア「プレゼントコレクション」を正式リリースした。同サイトは「40 歳の記念に贈る誕生日プレゼント 15 選」「女性から女性へ、喜ばれるおすすめのおホワイトデーギフト 15 選」「欲しいものがない女子中学生へのプレゼント 15 選 予算についても解説」など、多様なユーザーに向けた記事を配信している。ユーザーは一人ひとりプレゼントを贈るシーンが異なり、無難なプレゼントからコアなプレゼントまで、ニーズにマッチしたプレゼントを提案するコンテンツとなる。幅広い年代やプレゼント用途を捉えていることから、「イエコレクション」に続く有力コンテンツとなることが期待される。

子会社カンナートでは、インフルエンサーマーケティング「ひろマーレ」を運営している。1 万人程度のフォロワーがいるマイクロインフルエンサー 10 名程度に投稿してもらうサービスである。フォロワーが 1 万人程度と 10 万人程度のインフルエンサーでは、1 万人程度のフォロワー数を持つインフルエンサーの方がフォロワーとの距離が近く訴求力が高いという考えから生まれたサービスである。足元では近年のステルスマーケティング問題などに端を発し引き合いは横ばいと見られるが、EC サイトオープン時に集客サポートが可能となるほか、同サービスに派生して SNS への投稿代行業務などを依頼されるケースが発生しているという。

同じくカンナートが手掛ける「EC ツクール」は、オンラインショップのデザイン設定・商品マスタ作成・情報登録までを一貫して行っている。Shopify などの SaaS 系 EC を利用したシンプルな料金体系かつ低価格の EC 構築支援サービスである。顧客の要望に合わせたプラン・プラットフォームを提案しており、足元ではコロナ禍により豊富にあった低価格帯の案件の引き合いは踊り場に乗った状況である一方で、IT 導入補助金を活用した構築の相談頻度は多いほか、サービスをきっかけとした事業規模感の高い EC システムのリプレイスや新規構築の商談が増加傾向となっている。

■ 株主還元策

2022 年 10 月期に初配当を実施。 連結経常利益 300 百万円以上の達成確度は高く、連続配当の可能性

同社は 2022 年 10 月期において、初配当を実施した。株主還元における新たな基本方針として、健全な企業活動による利益の確保と拡大を目指し、安定した収益に基づき、将来の事業展開に備えた内部留保を確保しつつその一部を配当として株主に還元する。配当金については、連結経常利益 300 百万円以上を達成した場合に実施することを基本とする。また、配当は原則として中間配当及び期末配当の年 2 回実施することとしている。

2022 年 10 月期の期末配当金は、1 株につき 9 円の普通配当を実施した。2023 年 10 月期の配当については、配当政策の基本方針に基づいて連結経常利益の進捗状況を基に検討し、今後の資金需要動向とキャッシュ・フローの状況とを勘案して株主配当の水準を決定する予定となる。

為替相場の変動やエネルギー・原材料の高騰等激しい状況下のほか、コロナ禍による影響がいまだ不確実性を伴うものの、青島新綻紡貿易及びジェネパベトナムの稼働率向上に加え、消費者の多様化するニーズに最大限対応する製品投入、さらに「イエコレクション」の順調な伸びや新たな Web メディアとして立ち上げた「プレゼントコレクション」の早期収益化によって、2023 年 10 月期の経常利益 300 百万円超の達成は可能と弊社では考えており、連続配当の実施が期待される。

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・表示したのですが、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、配布等することは強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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp