

GENERATION PASS

2014年12月期 通期決算説明会

株式会社ジェネレーションパス
(東証マザーズ : 3195)

ECマーケティングに新たな価値を

Create New Value for EC Marketing



業績概況

- 連結売上高：4,413百万円（前期比20.3%増）
- 営業利益：93百万円（前期比19.7%増）、最高益更新
- 当初会社計画に対する達成率は、売上高95.8%、営業利益68.2%

ECマーケティング事業

- 店舗数：35（前年同期より7店舗増加）
- パートナー企業数：351（前年同期比35.0%増）
- 取扱い商品数：945,394（前年同期比59.6%増）
- 年間PV数：68,441,878（前年同期比20.8%増）
- 年間注文数：541,641（前年同期比17.6%増）

収益性

- 営業利益率 2.1%(対前年同期実績2.1%)
- ネガティブ要因：円安に伴う仕入価額の上昇、送料の値上げ
- ポジティブ要因：パートナー企業様との共同開発商品の推進、在庫保有による販売機会ロスの低減

15/10期会社計画

- 連結売上高：4,150百万円 12ヵ月予想 5,365百万円(前期比21.6%増)
- 営業利益：53百万円 12ヵ月予想：103百万円(前期比10.8%増)

※比較は12ヵ月決算と仮定した場合で行っています

2014年12月期連結業績の概要

GENEPA

【連結経営成績】

(単位：百万円)

	13/12期 実績	売上構成比	14/12期 実績	売上構成比	前期比	計画値		達成率
純売上高	3,670	-	4,413	-	120.3%	4,605	-	95.8%
純仕入高	2,634	71.8%	3,144	71.2%	119.3%	3,279	71.2%	95.9%
売上総利益	1,035	28.2%	1,269	28.8%	122.6%	1,326	28.8%	95.7%
販管費	957	26.1%	1,175	26.6%	122.8%	1,188	25.8%	98.9%
営業利益	78	2.1%	93	2.1%	119.7%	137	3.0%	68.2%
経常利益	83	2.3%	93	2.1%	112.1%	137	3.0%	68.3%
当期純利益	52	1.4%	57	1.3%	111.3%	85	1.9%	68.0%

▼営業利益の増減分析コメント▼

売上高は前年比120%を超え、最高売上を達成するものの、営業利益に関しては、送料の大幅値上げ及び急激な円安に伴う仕入価額の上昇により想定よりも低下。しかし、売れ筋商品の在庫保有、一部商品の共同開発、及びシステム化によるオペレーションコストの抑制により増加コストの吸収に注力し、営業利益率は前年を維持し、営業利益は前期比15百万円増加し、最高益を実現した。

【販管費内訳】

(単位：百万円)

	13/12期 実績	対売上高 比	14/12期 実績	対売上高 比	前期比	増減要因
人件費	158	4.3%	171	3.9%	-0.44%	システム化を推進し、売上の伸びに対する人件費の上昇を抑制
荷造包装費	248	6.8%	329	7.5%	0.69%	送料の値上げにより負担率上昇
広告宣伝費	112	3.1%	140	3.2%	0.12%	
販売促進費	111	3.0%	126	2.9%	-0.17%	マーケティングシステムの推進により、売上に対する販促費の割合減少を実現
ロイヤリティ	114	3.1%	147	3.4%	0.23%	スマートフォン比率上昇、amazon倉庫活用による比率上昇の影響
その他	212	5.8%	260	5.9%	0.13%	
合計	957	26.1%	1,175	26.6%	0.55%	

(単位：百万円)

	13/12期	14/12期
流動資産	763	1,066
うち、現預金	68	88
うち、売掛金	516	635
うち、商品	144	329
固定資産	6	72
有形固定資産	4	3
無形固定資産	2	7
投資その他の資産	0	61
資産合計	770	1,139

(単位：百万円)

	13/12期	14/12期
流動負債	530	535
うち、買掛金	211	274
うち、未払金	143	220
うち、借入金	100	0
固定負債	2	2
負債合計	532	537
純資産合計	237	601
負債・純資産合計	770	1,139

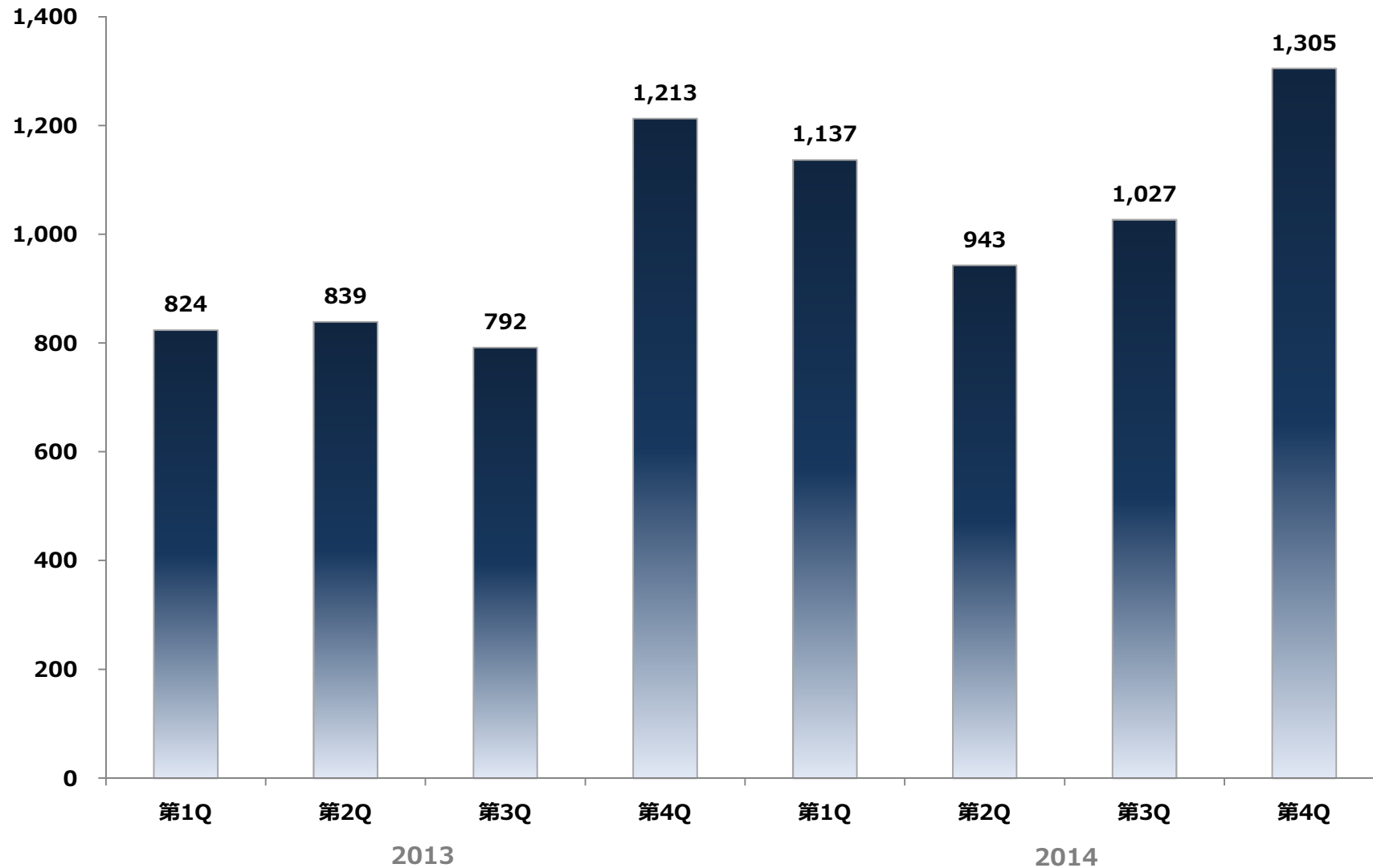
四半期決算

GENEPA

四半期：連結売上高の推移

連結売上高：1,305百万円（前年同四半期比+7.6%）

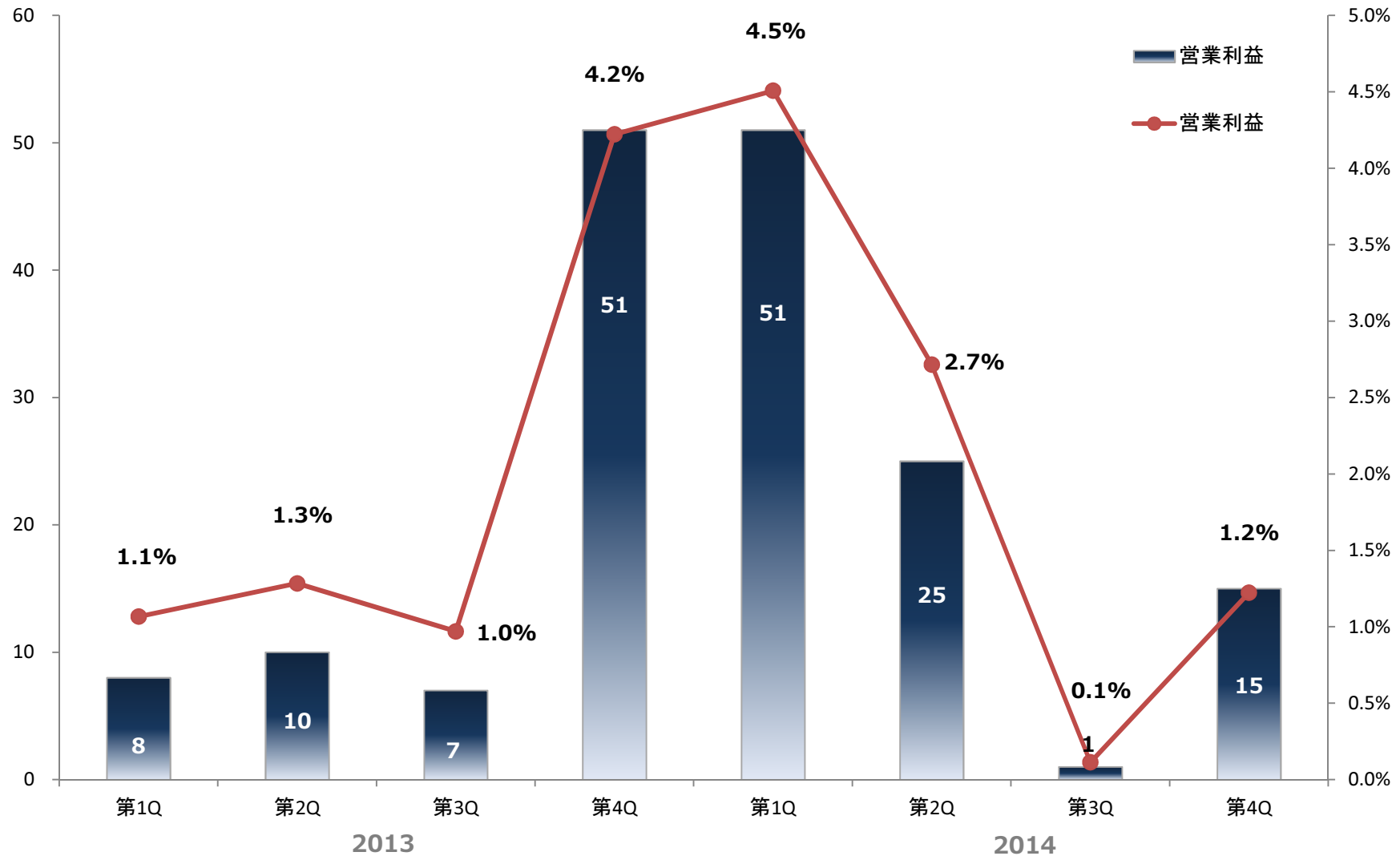
（単位：百万円）



四半期：連結営業利益・営業利益率の推移

連結営業利益：15百万円（前年同四半期比▲29.4%）

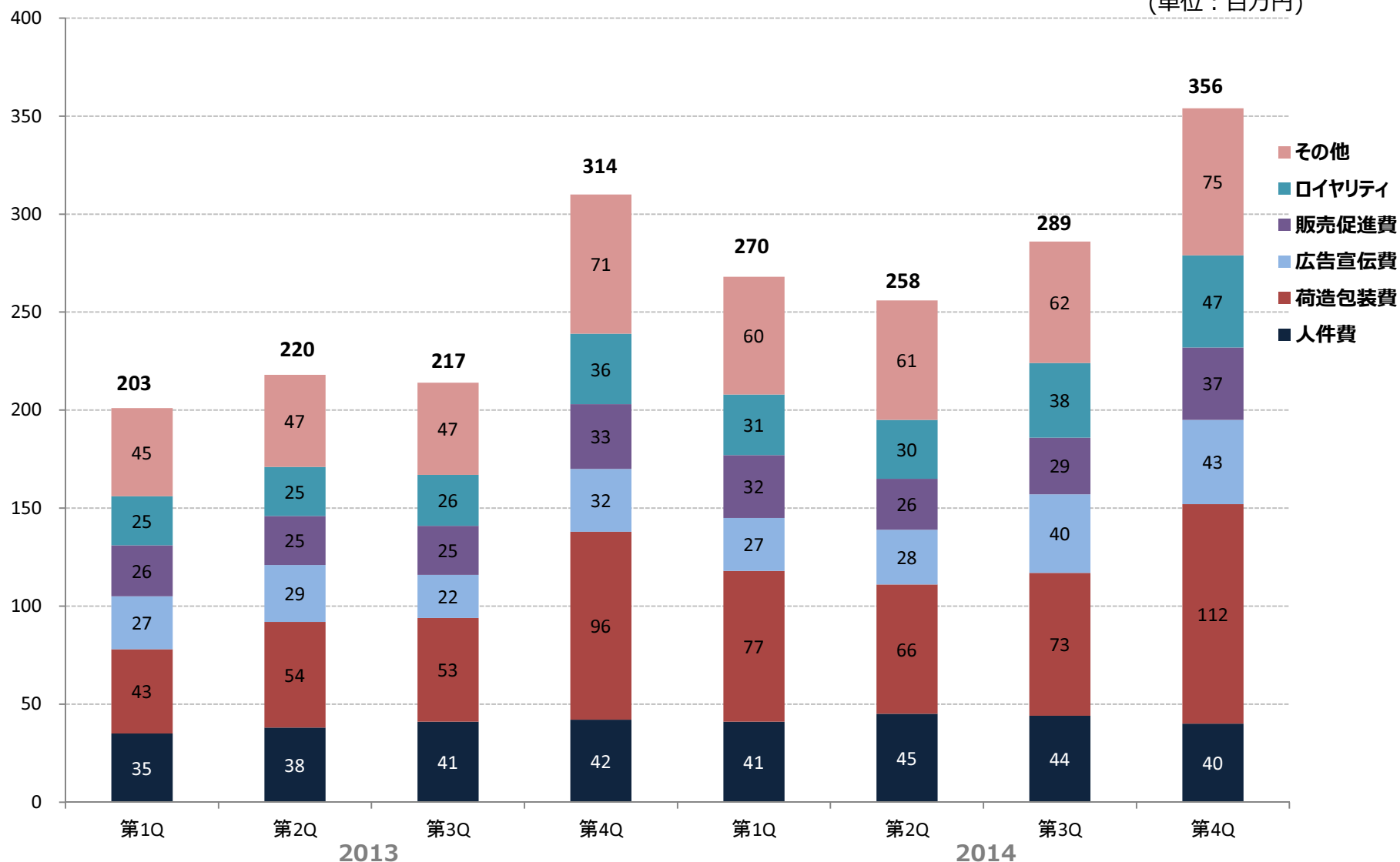
(単位：百万円)



四半期：連結販売管理費の推移

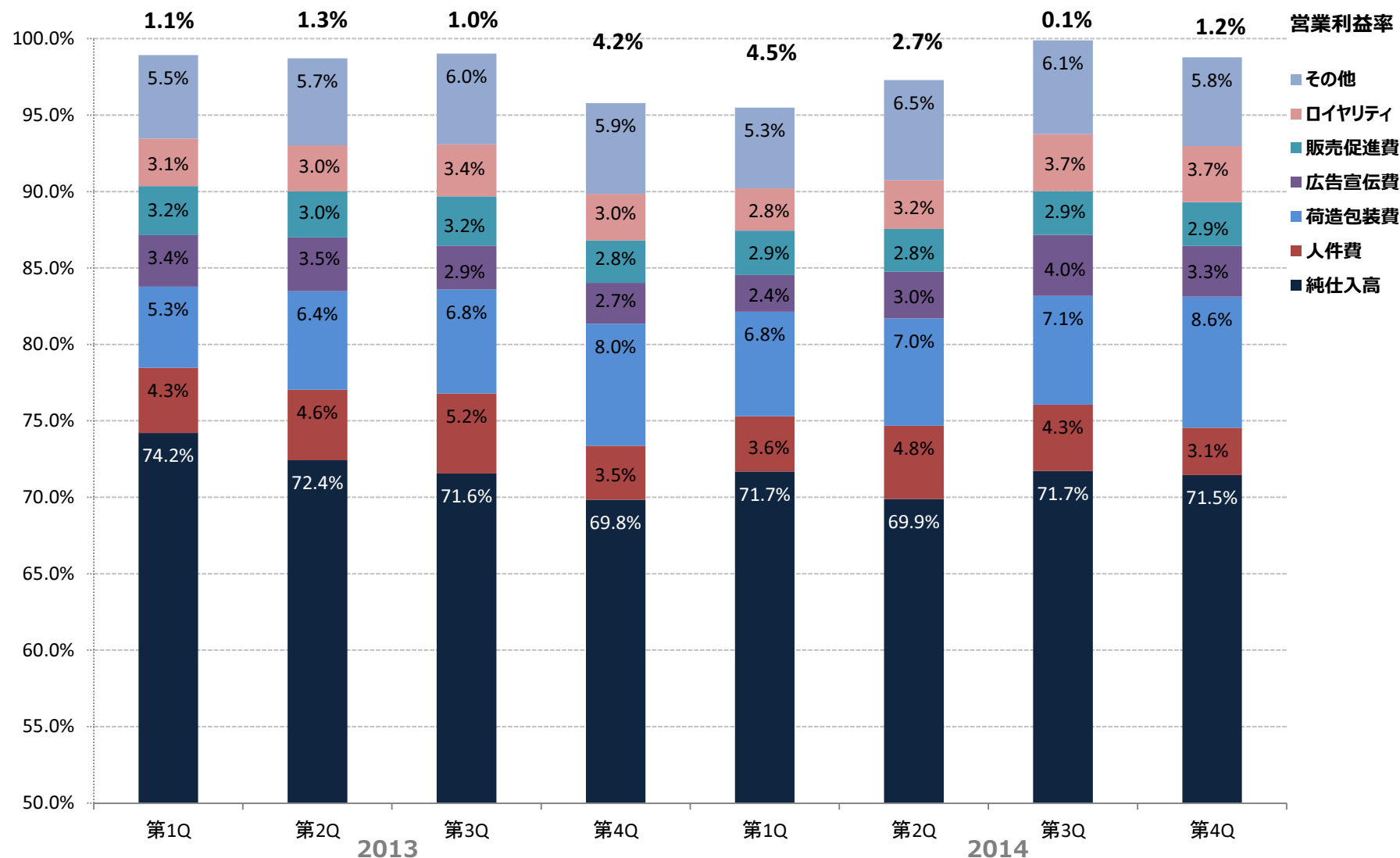
四半期連結販売管理費：356百万円（前年同四半期比+13.4%）

（単位：百万円）

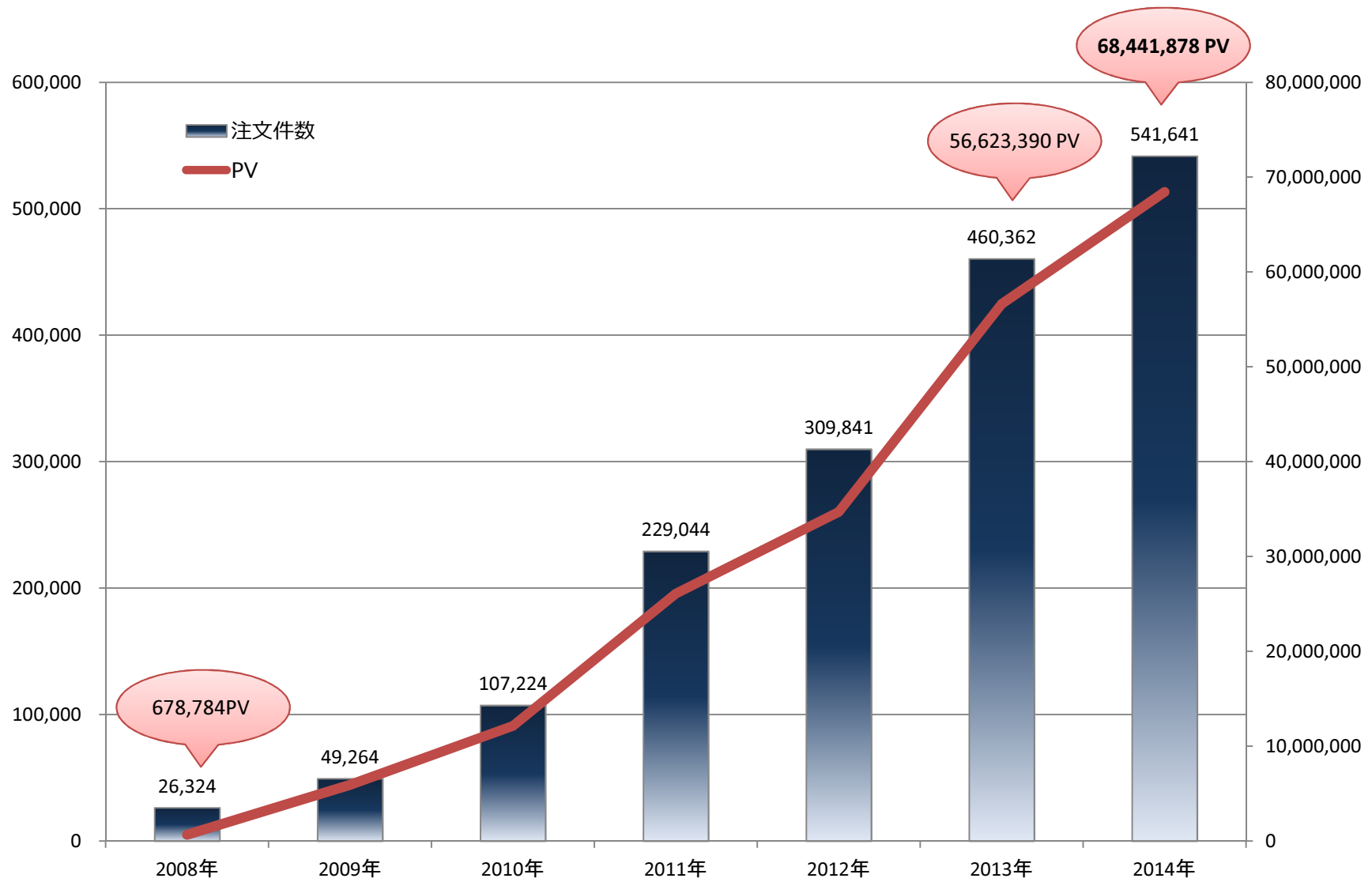


コスト構造の推移

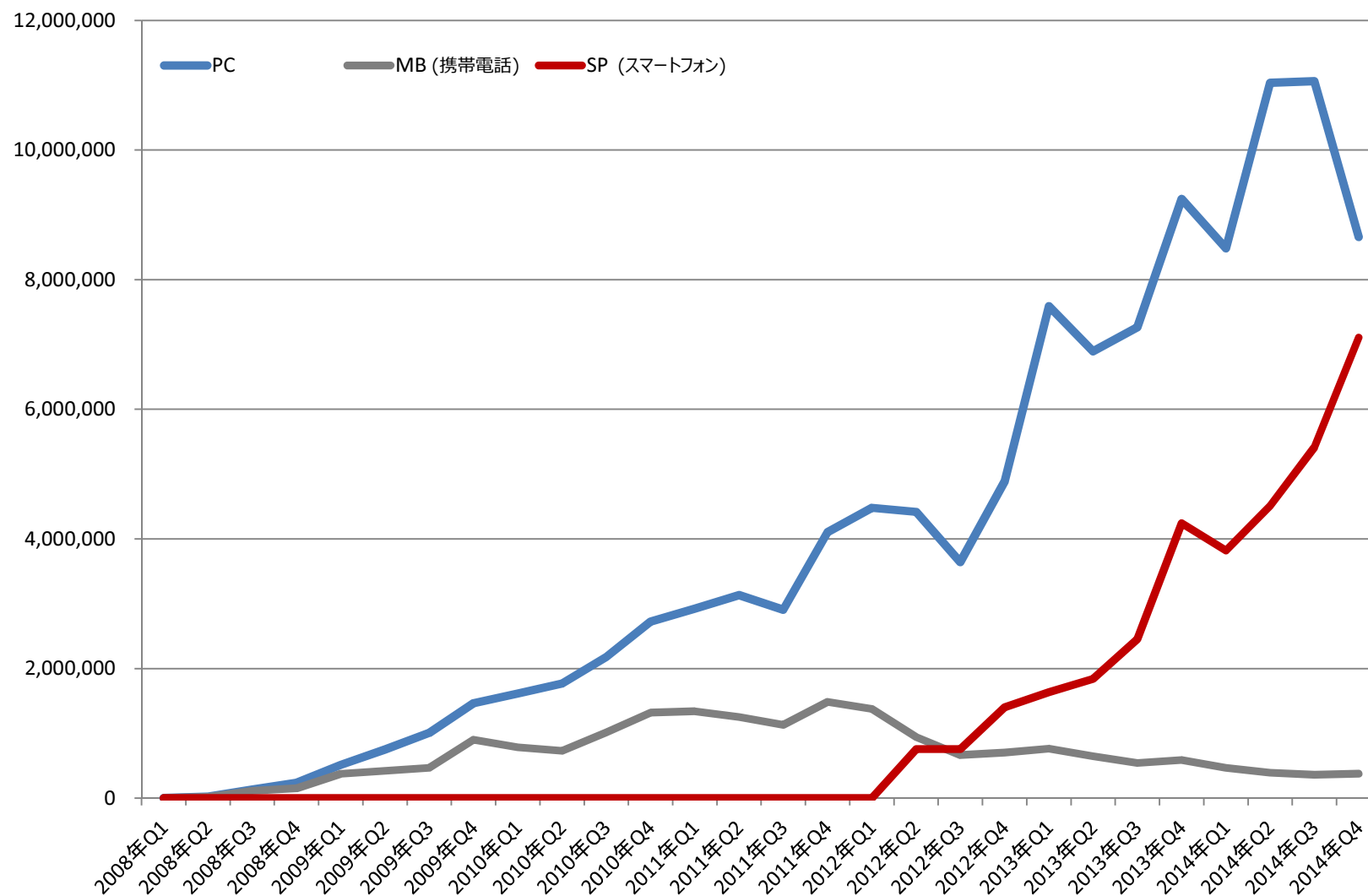
四半期連結営業利益率：1.2%（前年同四半期比▲3%）

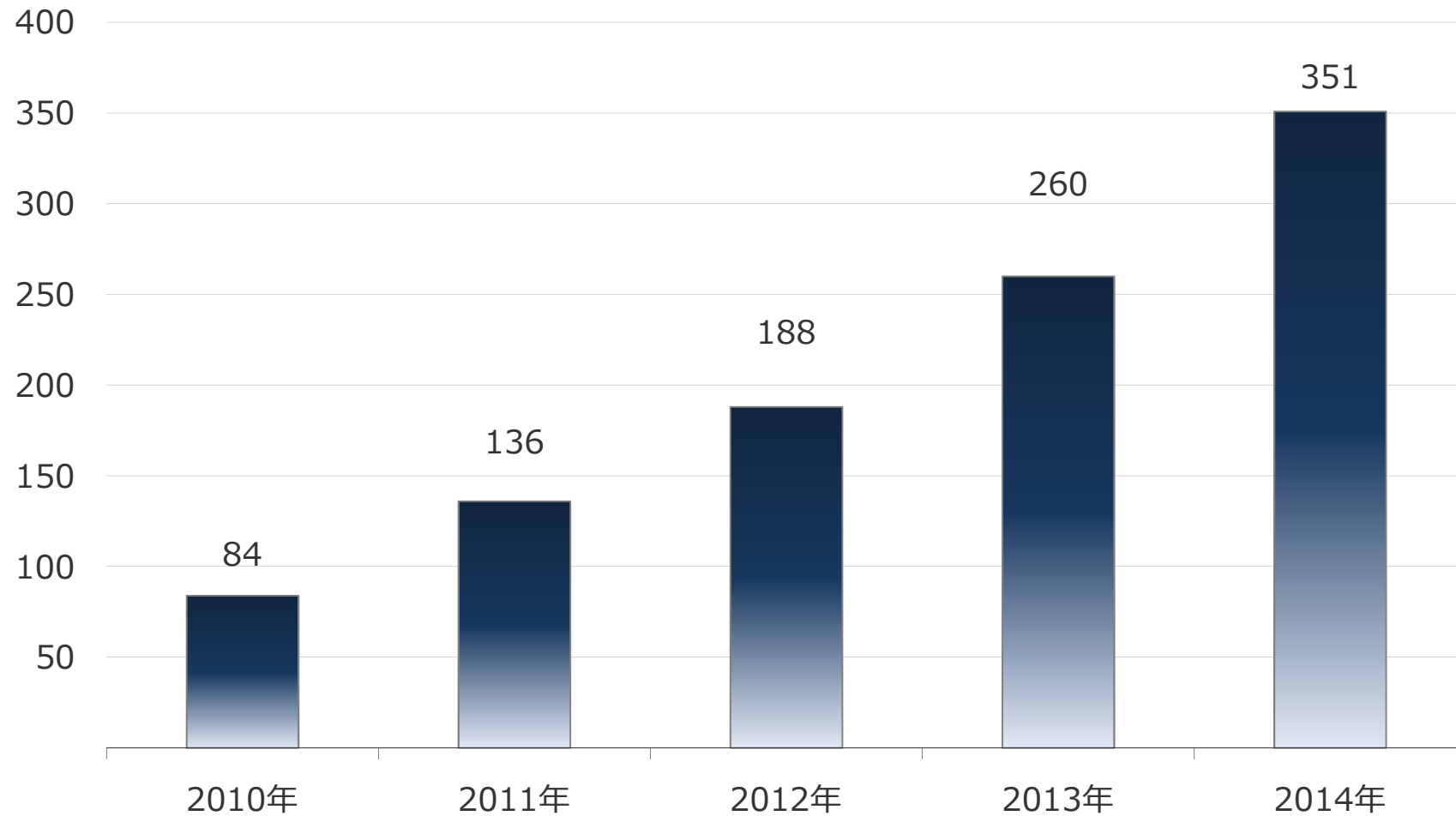


ページビュー数と受注件数

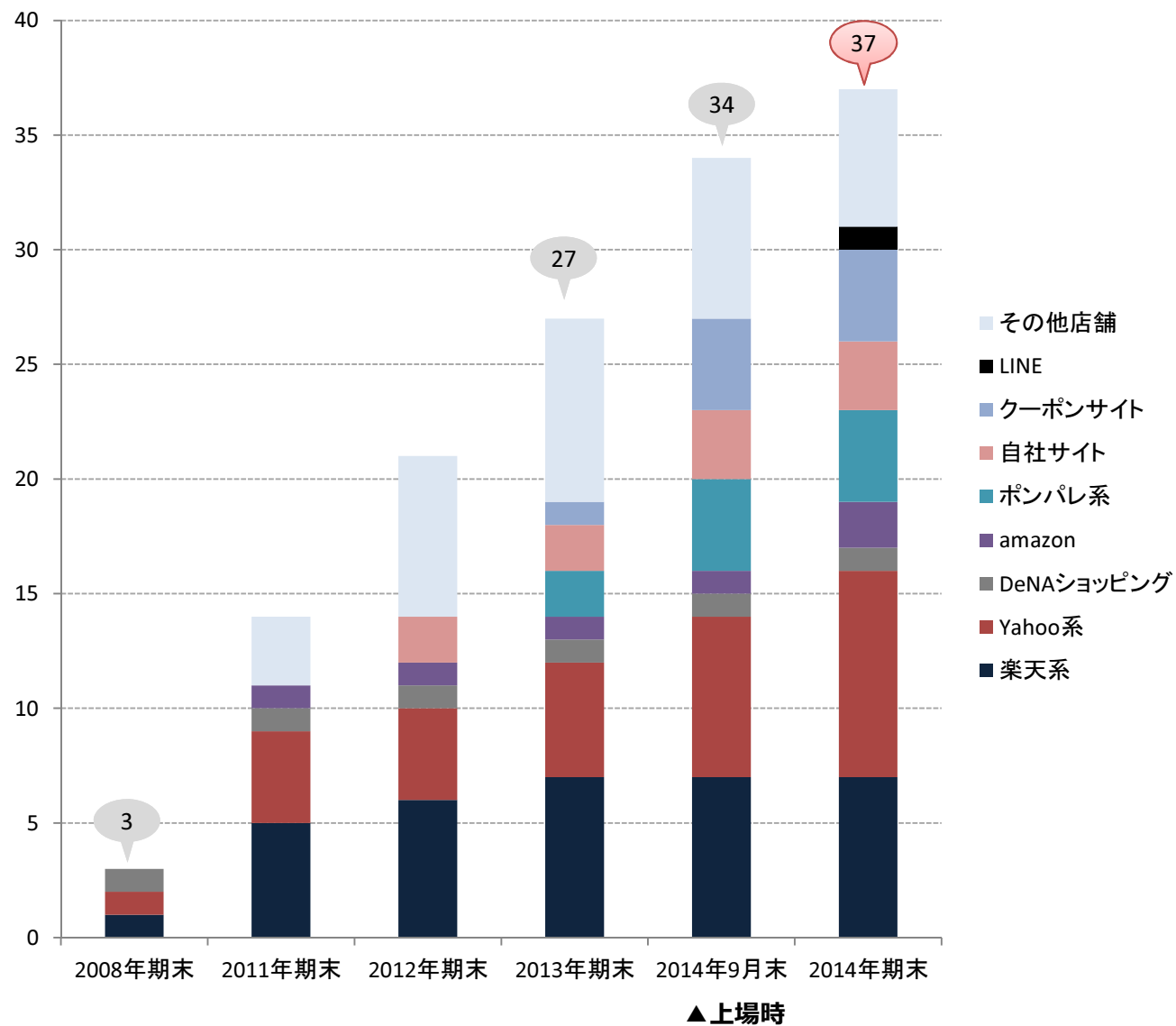


デバイス別ページビュー推移



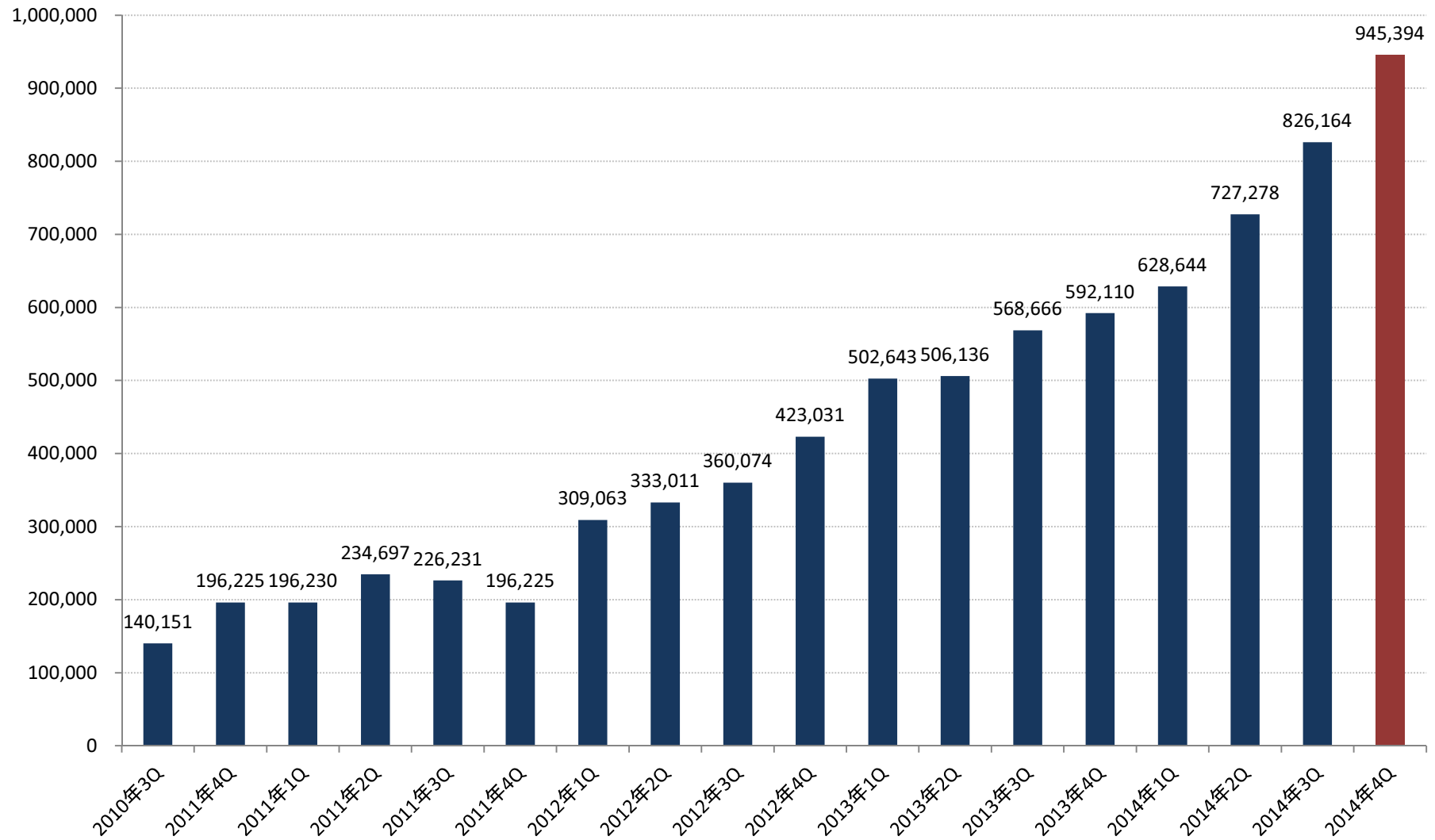


出店数の推移

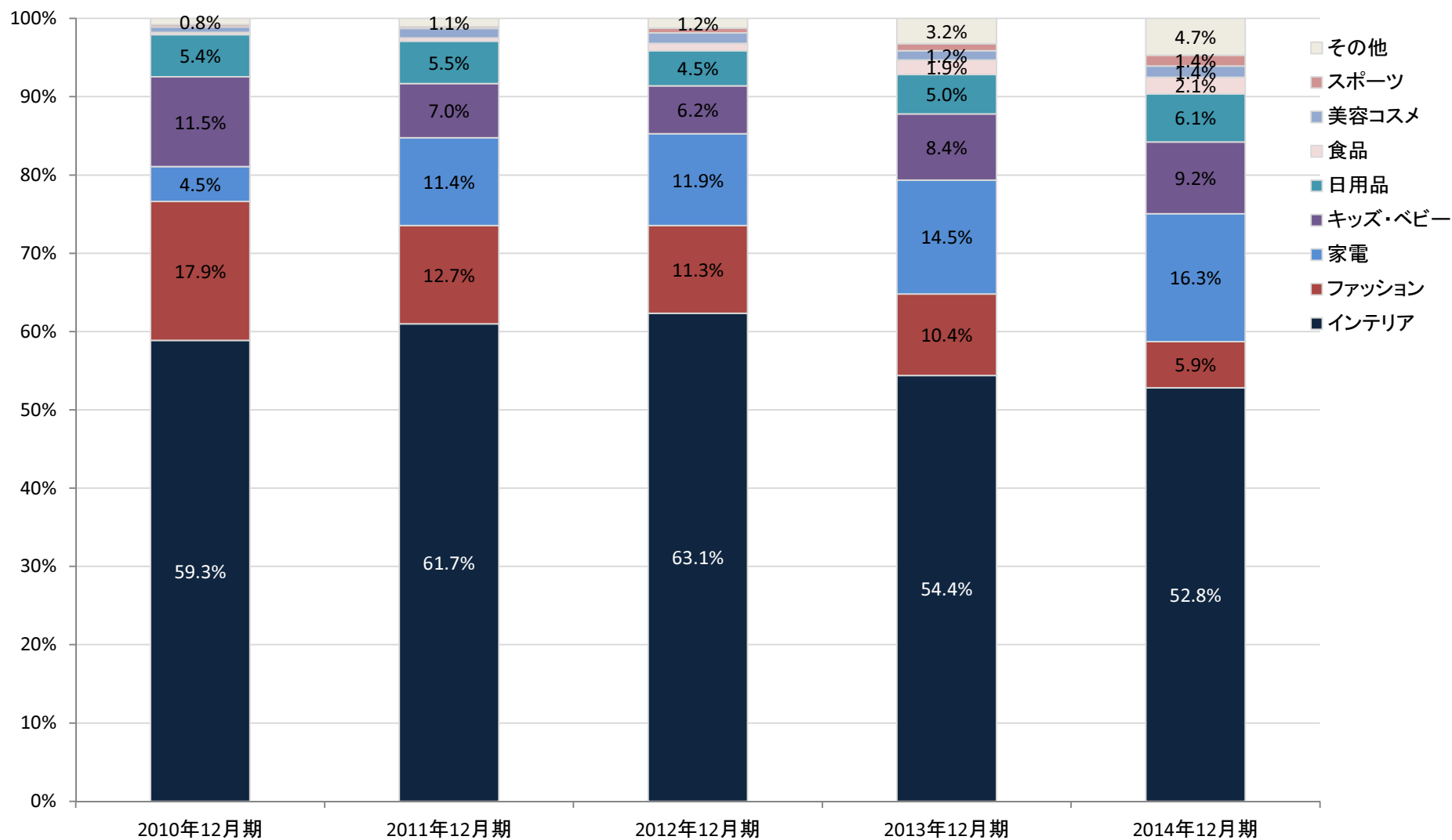


- その他店舗
- LINE
- クーポンサイト
- 自社サイト
- ポンパレ系
- amazon
- DeNAショッピング
- Yahoo系
- 楽天系

取扱商品数の推移



多品種多ジャンルの取扱いが可能



2015年12月期事業計画

GENEPA

2015年12月期業績見通し

GENEPA

増収増益傾向は継続する。さらなる飛躍の為に、積極的に事業投資を行う予定。

- 自社撮影スタジオの強化
- ロジスティックの強化と共同開発商品の拡大
- システムの強化と新規事業である商品企画関連事業推進等

(単位：百万円)

	平成26年12月期(A)	平成27年12月期(B) (従来通り12ヵ月決算)	増減率(B)/(A)	平成27年10月期 (10ヵ月決算)
純売上高	4,413	5,365	121.6%	4,150
純仕入高	3,144	3,890	123.7%	3,025
売上総利益	1,269	1,474	116.2%	1,124
販管費	1,175	1,371	116.7%	1,070
営業利益	93	103	110.8%	53
経常利益	93	105	112.9%	54
当期純利益	57	67	117.5%	35

2015年12月期業績見通し(事業別)

▼ECマーケティング事業

	平成26年12月期(A)	平成27年12月期(B) (従来通り12ヵ月決算)	増減率(B)/(A)	平成27年10月期 (10ヵ月決算)
純売上高	4,395	4,621	105.1%	3549
純仕入高	3,140	3,268	104.1%	2524
売上総利益	1,255	1,352	107.7%	1025
販管費	1,171	1,268	108.3%	986
営業利益	84	83	98.8%	38

▼商品企画関連事業(新規事業)

	平成26年12月期(A)	平成27年12月期(B)	増減率(B)/(A)	平成27年10月期 (10ヵ月決算)
純売上高	-	727	-	576
純仕入高	-	620	-	491
売上総利益	-	107	-	85
販管費	-	95	-	77
営業利益	-	12	-	7

▼その他事業

	平成26年12月期(A)	平成27年12月期(B)	増減率(B)/(A)	平成27年10月期 (10ヵ月決算)
純売上高	18	16	88.9%	25
純仕入高	4	1	25.0%	10
売上総利益	14	15	107.1%	14
販管費	4	7	175.0%	7
営業利益	9	8	88.9%	8

【決算期の変更】

※平成27年3月27日開催予定の第13回定時株主総会で「定款一部変更の件」が承認されることが条件となります

【変更前】

毎年1月1日から12月31日

変更後

毎年11月1日から翌年10月31日

【変更の理由】

- ・2014年9月上場後、パートナー企業様の急激な増加(250→351社)と2014年8月101円→同年12月121円と、20%を超える円安の進行等、想定外の経営環境の大きな変化があったこと。
- ・本年よりスタートした、共同開発商品の在庫管理や売上の増加に対応した数値を12月末に確定させることは、当初想定していたよりも、弊社パートナー企業様(特に、流通製造業)への負担が大きく、それらの負担を軽減するため。

これらの状況により、業績管理及び適時適正な経営情報の開示のためには、決算時期を12月末とするよりも、10月末とした方が、より適正と判断致しました。

また、売上の割合が比較的大きな11月、12月を第一四半期に持ってくることにより、投資家の皆さんに対して、業績予想をより早期かつ適時適正に行う、より透明性の高い経営を行うことができます。

【経過期間】

決算期変更の経過期間となる第14期は、平成27年1月1日から平成27年10月31日までの10か月決算となります。国内の連結子会社についても、同様の変更を行う予定です。

全体

- 商品取扱高目標：5,365百万円(12ヶ月)
- 商品取扱高目標：4,150百万円(10ヶ月)

ECマーケティング事業

- 商品取扱高目標：4,621百万円（12ヶ月）
- 商品取扱高目標：3,549百万円(10ヶ月)

(その他の事業)

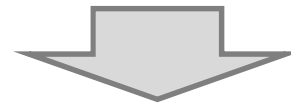
- 商品取扱高目標：743百万円（12ヶ月）
- 商品取扱高目標：601百万円（10ヶ月）

営業利益率目標

- 対商品取扱高：2%(12ヶ月)
- 対商品取扱高：1.2%(10ヶ月)

今後の戦略

GENEPA



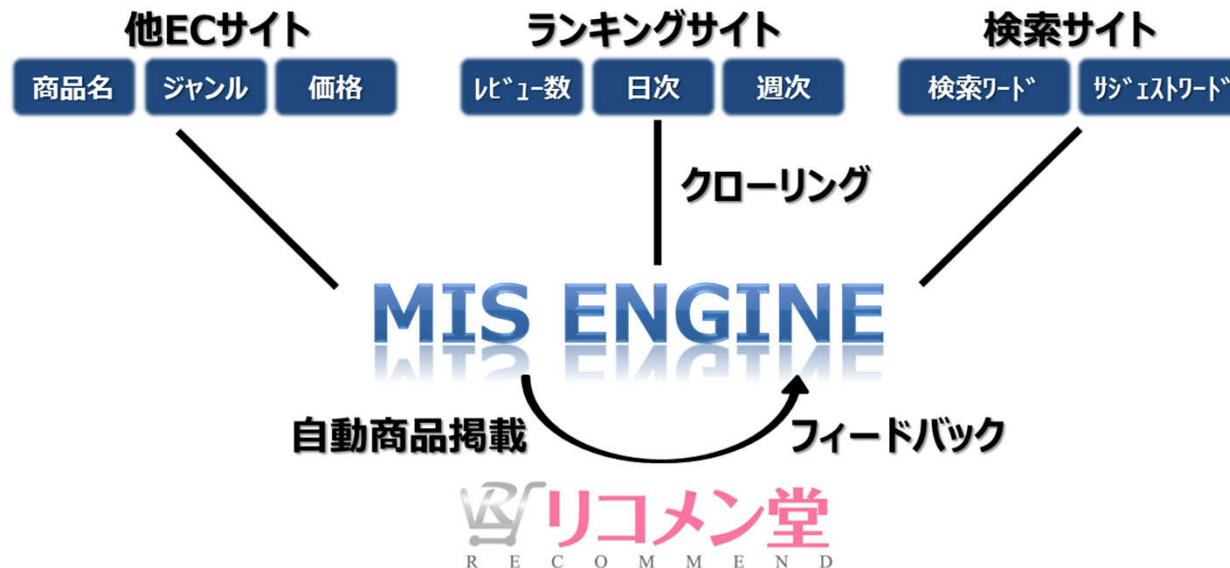
『商品企画関連事業の推進』

- 1. 売れ筋データ分析によるパートナー企業様との協同商品開発の推進による売上拡大**
 - 家電系メーカーへの情報提供など、数社と共同マーケティング推進
- 2. 海外工場との直接提携による生産管理体制の構築による粗利益の向上**
 - 高品質かつ高採算の商品をメーカーと共同企画、粗利益率維持
- 3. ネット市場の分析によるリアル店舗企業への情報提供と商品提供**
 - リアル店舗企業への情報提供と商品提供
 - 大手商社との連動による商品の開発

重点施策「システム機能強化」(自社開発)

GENEPA

▼マーケティング情報分析システム『MIS(Marketing Information System)』▼



▼ローコストオペレーションシステム『GPMS(GENEPA Management System)』▼



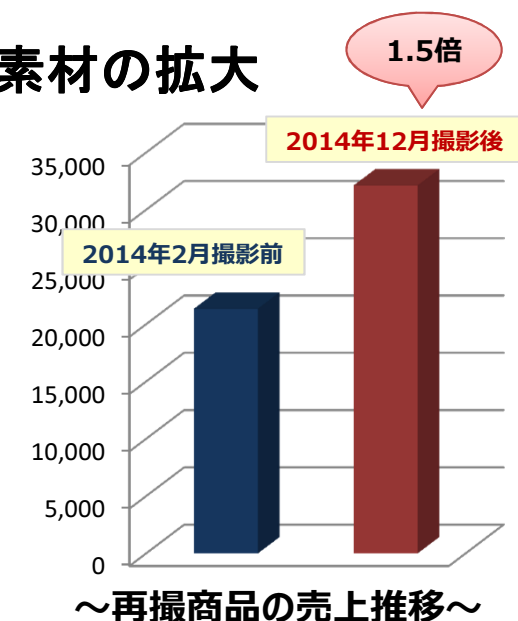
▼倉庫機能の強化

- 国内分散倉庫によるリスクマネジメント
 - 2014年「ハマキョウレックス」業務提携含む2拠点の倉庫を拡大し、2014年12月末現在、7拠点へ
 - 2014年3月より一部商品の、土日出荷対応

▼商品管理と販売機能強化

- パートナー企業様提供の商品画像から自社提供素材の拡大

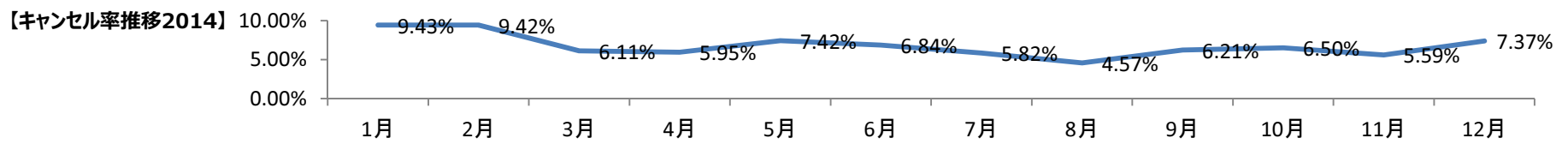
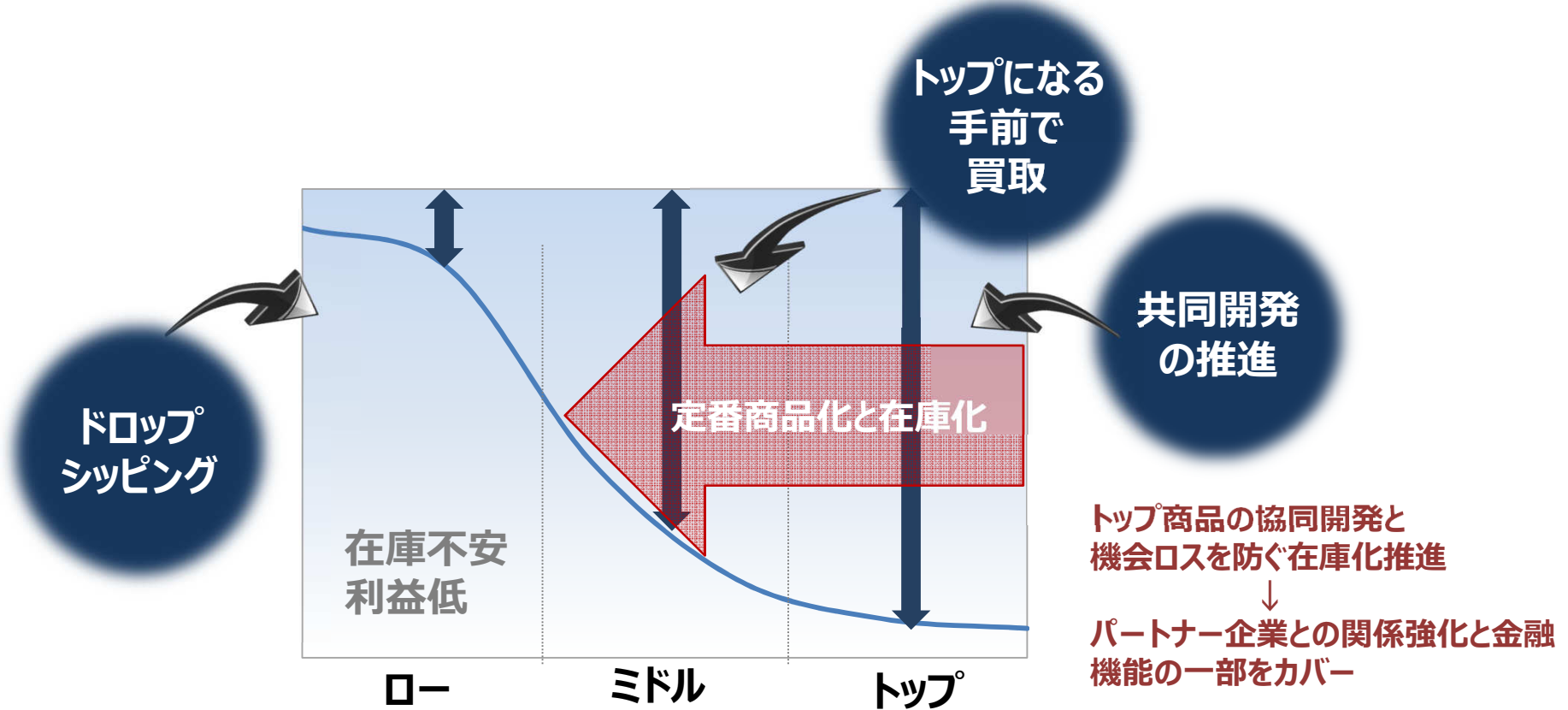
- 2014年2月 社内スタジオ開設
- 2014年7月 自社スタジオ開設
- 2015年2月 自社スタジオを3倍に拡大



3.成長戦略

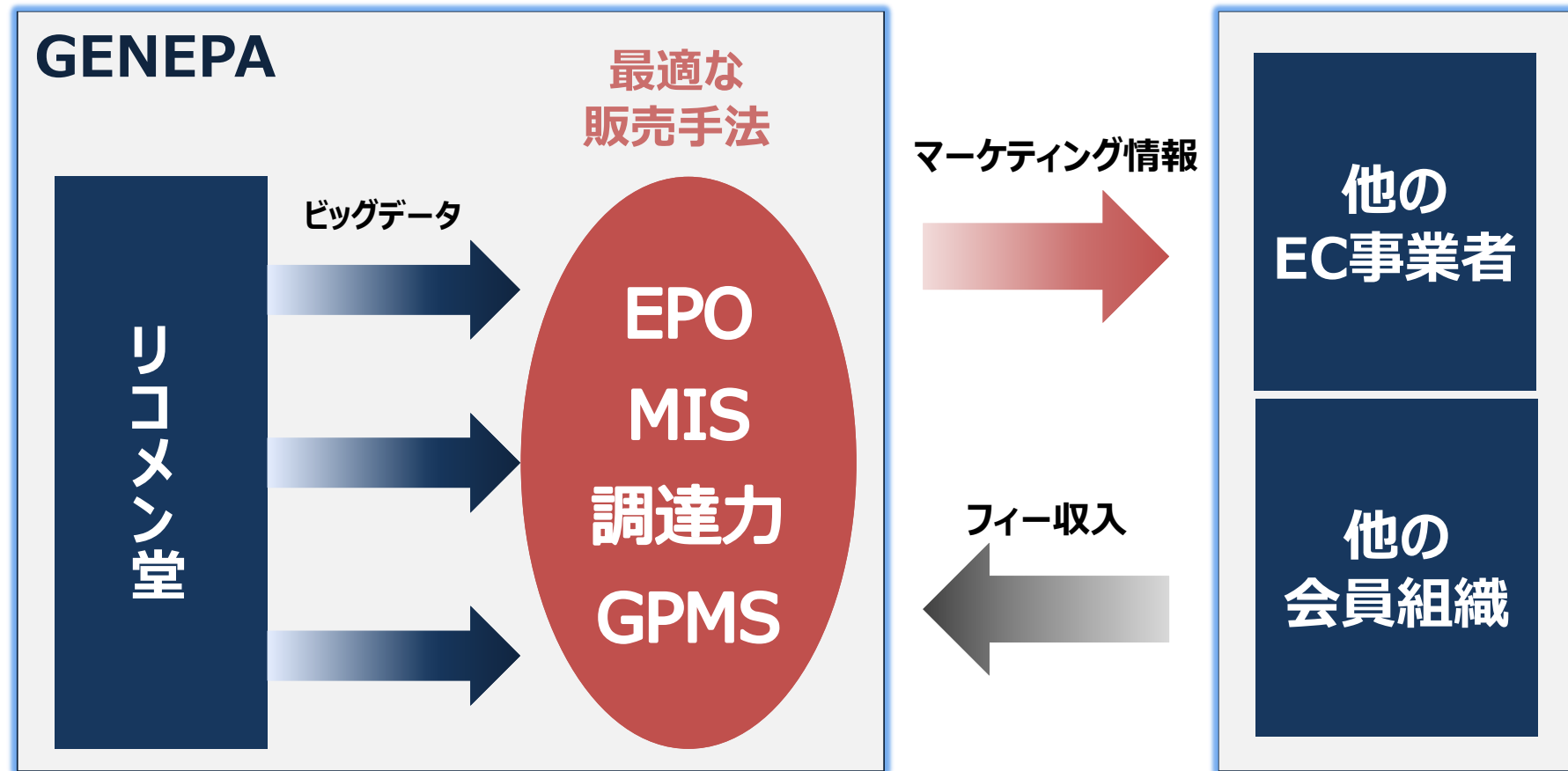
GENEPA

- 売れ筋商材（トップ）は、売れるがゆえに競争、欠品リスクが高く利幅が少ないため、売れ筋商材となりそうな中間商材（ミドル）を、トップになる手前で購入し、販売機会ロスを防ぐ
- 売上が少ない商材や新規導入（ロー）は、買取はせずドロップ SHIPPINGを活用し、リスクを軽減
- MISにより、市場にて販売する企業が増加傾向など、恒常的に売れ行きが見込まれる商材は、販売データをパートナー企業と共有し、協同開発を行い、売上の拡大と販売機会ロスの削減と利益率の改善を行う。

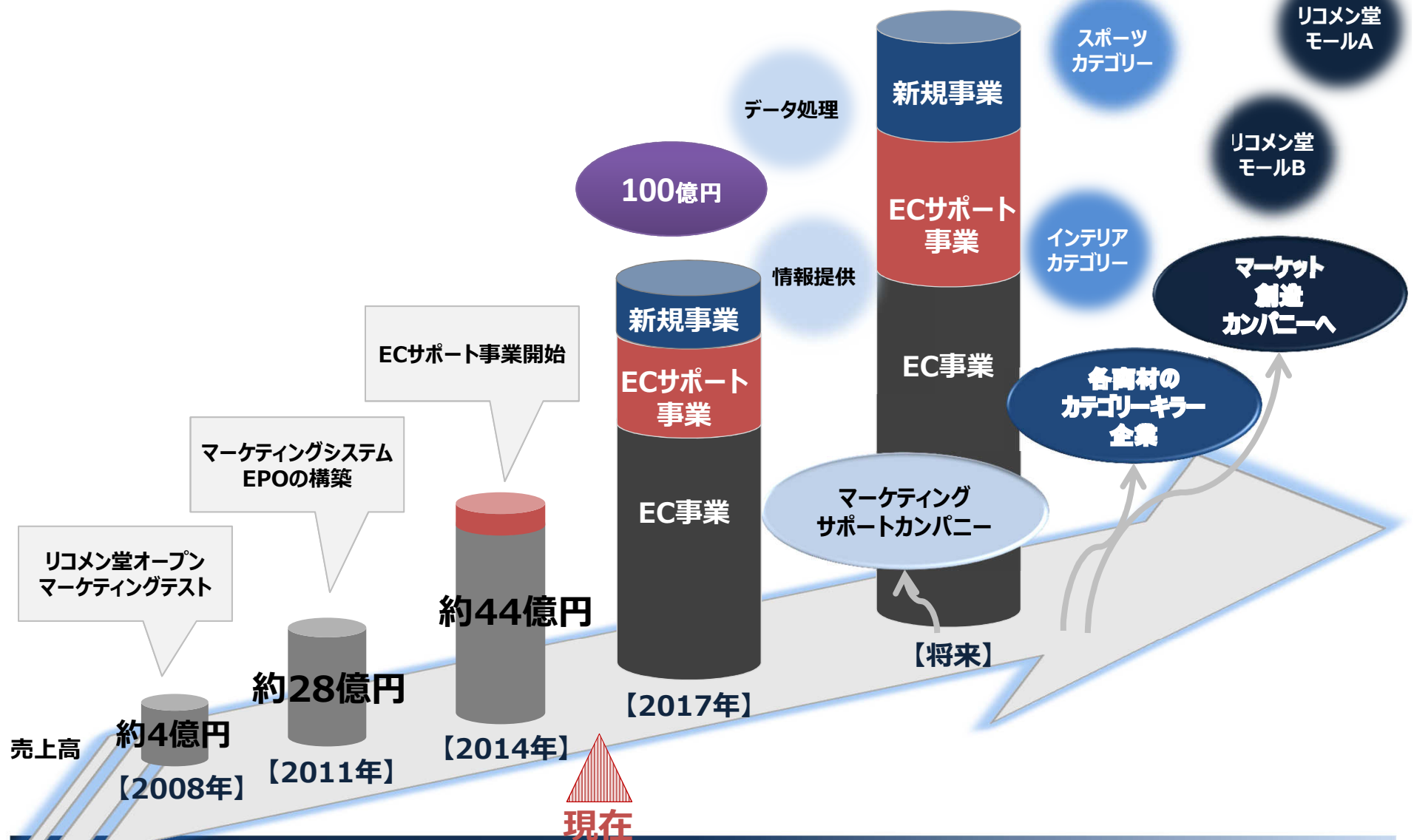


他のEC事業者をサポートすることで、市場を大きく上回る成長を目指す

ECサポート事業 概念図



3年後の2017年12月期に連結売上高100億円を目指します!

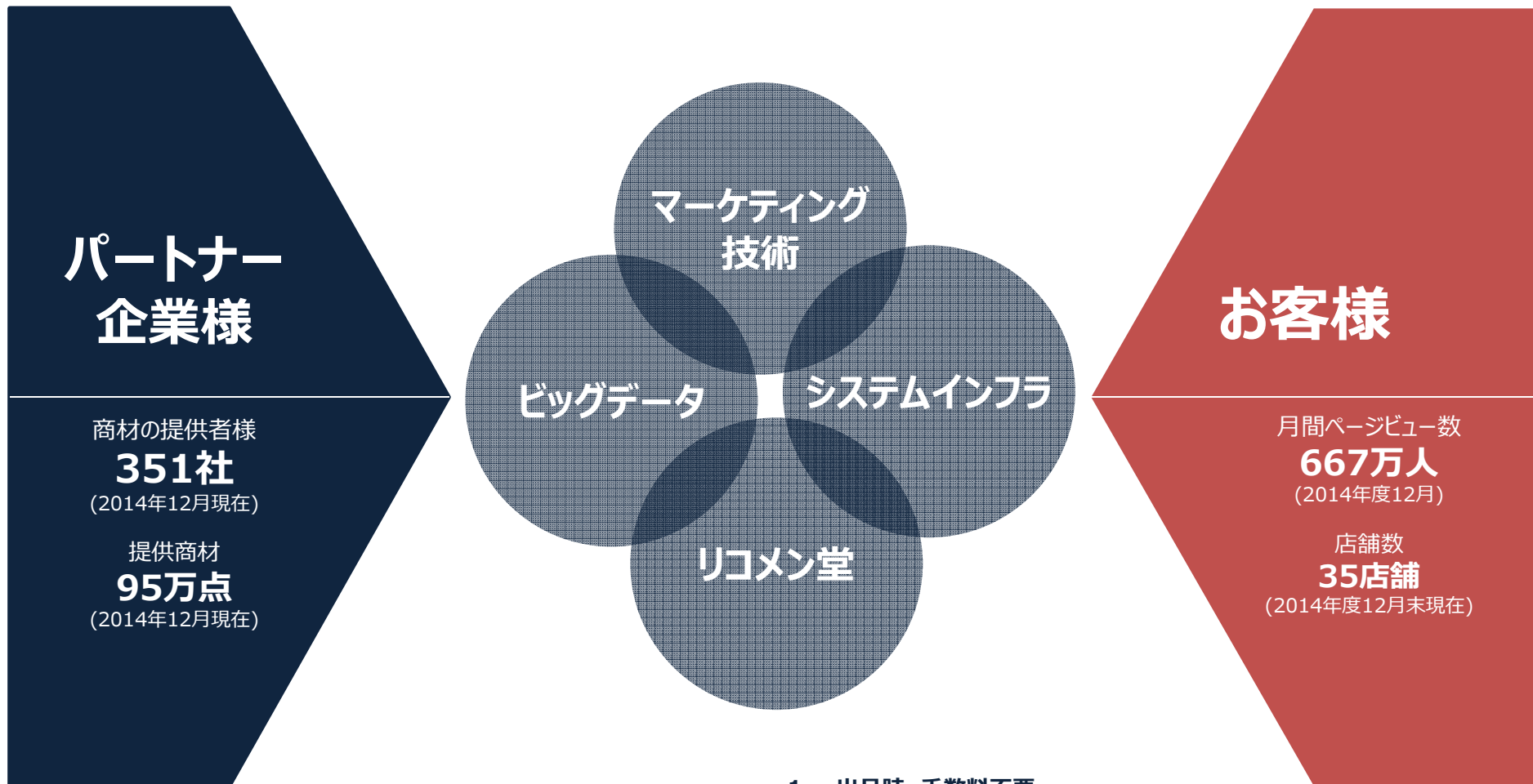


参考資料

GENEPA

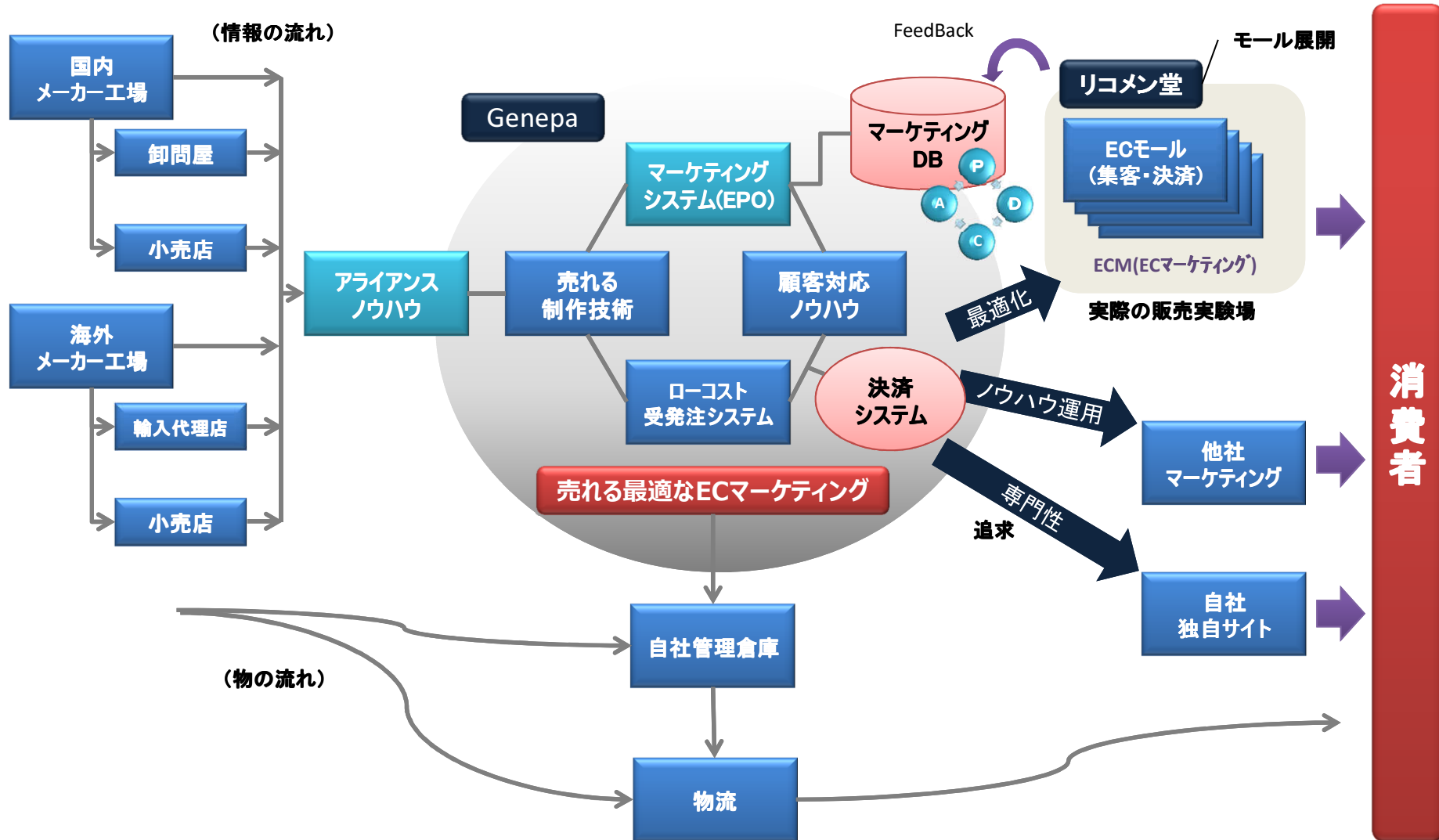
本社	東京都新宿区西新宿6-12-1西新宿パークウエストビル5F														
事業内容	<p>ECマーケティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●EC事業 <ul style="list-style-type: none"> -インターネット通販ショップの運営 -新商品のネットマーケティング -マーケティングリサーチ及び分析 ●ECサポート事業 <ul style="list-style-type: none"> -インターネット通販での新規出店・販売・運営支援 <p>その他事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●思い出事業（アルバム及び写真のデジタル化サービス） ●ソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業 														
役員構成	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役</td> <td>岡本 洋明</td> </tr> <tr> <td>取締役(運営マーケティング担当)</td> <td>久野貴嗣</td> </tr> <tr> <td>取締役(財務担当)</td> <td>鈴木智也</td> </tr> <tr> <td>取締役(システム担当)</td> <td>桐原幸彦</td> </tr> <tr> <td>常勤監査役</td> <td>粕谷達也</td> </tr> <tr> <td>社外監査役</td> <td>内山和久(公認会計士)</td> </tr> <tr> <td>社外監査役</td> <td>次廣秀成(株式会社アジアビジネスコンサルティング)</td> </tr> </table>	代表取締役	岡本 洋明	取締役(運営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	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)
代表取締役	岡本 洋明														
取締役(運営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														
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	1億9318万円														
発行株数	170万5010株														
従業員数	46名(パート・アルバイト含む)														

インターネット上で売れる仕組みを創る会社



- パートナー企業様が「リコメン堂」へ出品するメリット>>
1. 出品時、手数料不要
 2. 新商材のテストマーケティングが可能
 3. 販売企画・撮影～顧客サポートまで、全て当社で対応

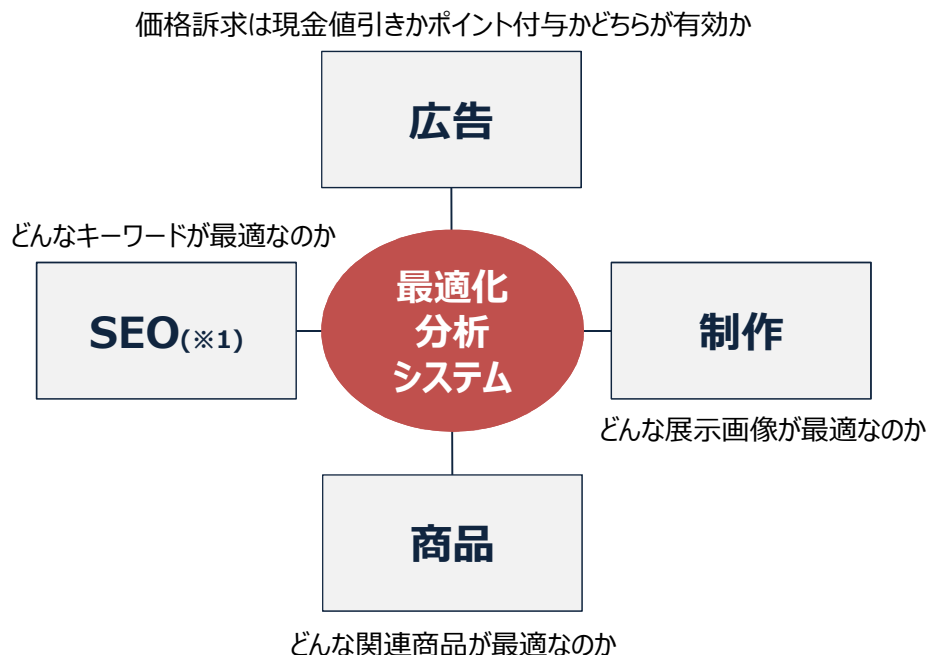
独自で構築したEコマースに特化したマーケティング「EPO」を基礎としたMIS(マーケティングインフォメーションシステム)とローコストオペレーションを可能とした受発注システムにより、最適な商流を創り出す事業



「EPO(EC Platform Optimization)」

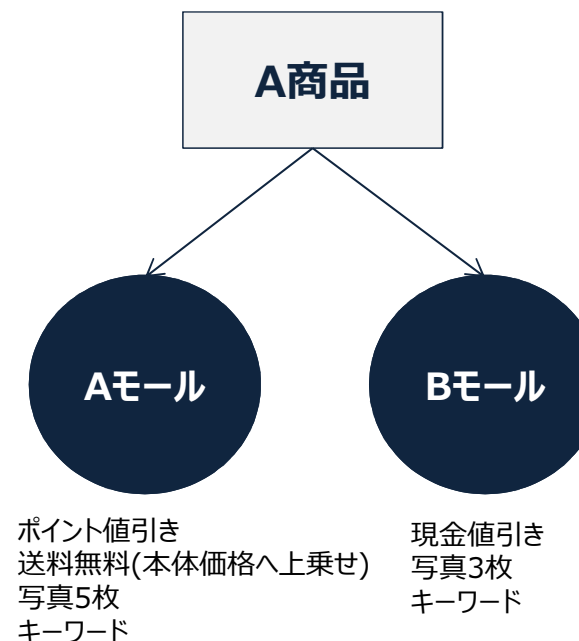
ECモールをマーケティングインフラとして捉え、商品の販売を最適化するマーケティング手法

EPOの概念



- 有名なECサイトから、画像、テキスト、価格を自動調査し、最適な掲出方法を分析
- 商品特性毎に最適な売り方をパターン化し蓄積

EC毎のきめ細かな対応



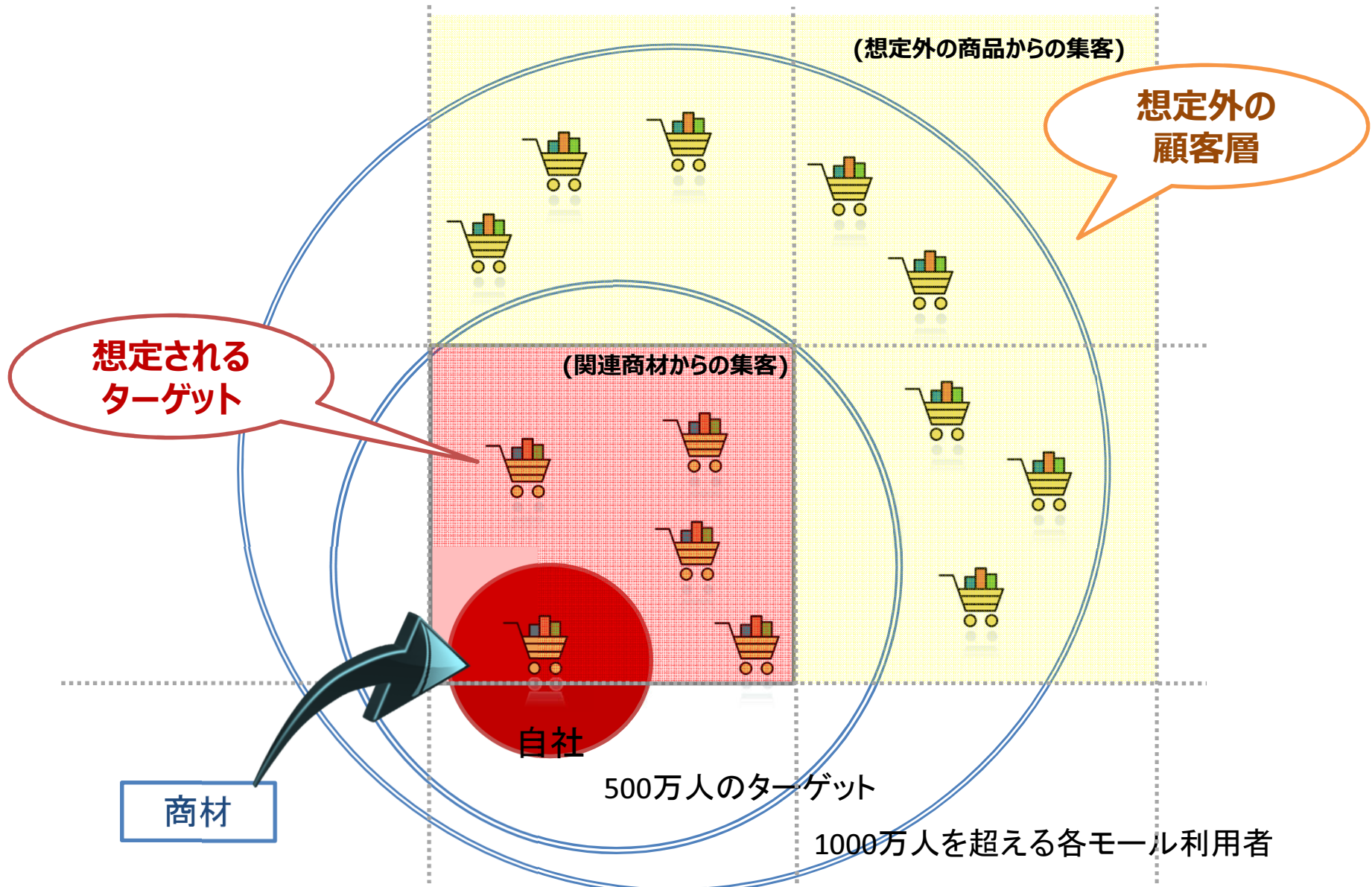
- 検索ワード上位を自動抽出、商品と数多くのワードを紐づけ、モール内での露出を高める
- 機動的な販促を展開、活動関連商品からの誘導も

「EPO」導入より、EC市場は年率平均 + 11% で成長の中、当社は年率平均 + 61% で成長

(※2)

※1 SEO(Search Engine Optimization) : 消費者による検索結果の上位に自社サイトを表示し、訪問者数を増加させることを目的とした広告手法

※2 2008年～2012年の5年間EC(BtoC)市場成長率(経済産業省)/2008年～2013年の当社の売上高の前年比率平均



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://ssl.genepa.com/inquiry/>