

GENERATION PASS

2015年6月期 投資家説明会

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



事業概況

- 2015年上半期の連結売上高は2,586百万円（通期予算達成率62.3%）、営業利益は52百万円（同97.4%）と半期で当初の通期予算に迫る状況となった。
- 中核事業であるECマーケティング事業の順調な推移と、今期から立ち上がった商品企画関連事業が順調に成長し、利益ベースではほぼECマーケティング事業と同額と第二の柱として成長した。

ECマーケティング事業

- 連結売上高2,147百万円・セグメント利益66百万円。第一四半期で大きな影響を受けた円安要因は第二四半期には対応しつつある。
- 出店店舗数・パートナー企業数・取扱い商品数・半期PV数・半期注文数など基本KPIはすべて上昇。

商品企画関連事業

- 連結売上高435百万円・セグメント利益66百万円と、短期間に第二の事業の柱として成長した。

今後の展開

- 大きな成長が見込める中国越境EC事業への参入にむけて、CPグループへの第三者割当増資を行った。
- 下期中に上海政府運営ECモール「跨境通(KJT.com)」へ日本企業第一号として出店、およびディノスセシルグループとの事業提携を推進。
- 来期に向けて、ECビッグデータを活用した新規事業を準備中。
- 通期見通しの予算に関しては、下期中に予定されている中国関連事業等への投資が予想されていることから、状況を見据えて修正も含め適時情報を開示。

2015年1月	当社初のブランド専門店をYAHOOショッピングにてオープン（7月には楽天市場出店） 「journal standard Furniture」 「ACME Furniture」
2015年2月	商品企画関連事業スタート
2015年3月	ベトナム工場と提携 三菱商事ファッション株式会社（当時：株式会社エム・シー・リビング）との取引開始 し、大手流通小売業向けに主に家具商材の開発スタート
2015年4月	カンボジア工場との提携 ファブリック商品の開発スタート
2015年6月	Charoen Pokphand（チャロン・ポカパン） Group Company Limited（CPグループ）への第3者割当増資の発表 (株)丸八真綿「おうちでまるはち」EC販売支援スタート 2014年12月末より、店舗数：4店増、パートナー企業数：78社増 取扱商品数：212,482点増。PV前年同期比：18%増 注文数前年同期比：36.7%増
2015年7月	CPGroup からの資本払込完了 中国越境EC市場への進出発表
2015年8月	中国越境EC市場での協業を目的としたディノスセシルとの業務提携 上海政府運営ECモール「跨境通(KJT.com)」へ日本企業第一号として出店予定

15/10期第2四半期計画値達成状況

GENEPA

(単位：百万円)

	15/6期 実績	売上 構成比	15/6期 計画値	半期進捗率	15/10期 計画値	通期進捗率
純売上高	2,586	100.0%	2,373	109.0%	4,153	62.3%
純仕入高	1,896	73.3%	1,743	108.8%	3,025	62.7%
売上総利益	689	26.7%	630	109.4%	1,127	61.2%
販管費	637	24.6%	611	104.3%	1,073	59.4%
営業利益	52	2.0%	19	273.7%	53	97.4%
経常利益	57	2.2%	20	285.0%	54	104.9%
当期純利益	34	1.3%	12	283.3%	35	97.7%

- 各段階利益については、15/6期(中間)予算を大幅超過。営業利益以下の利益については、高い達成率を実現。下半期は、通期の業績見通しに織り込まれていない中国へのEC事業進出等に関する先行投資を予定しており、今後は当該影響を勘案して、適時に業績見通しに関する開示を行っていく。

業績

GENEPA

2015年6月期連結業績の概要

GENEPA

【連結経営成績】

(単位：百万円)

	14/6期 実績	売上 構成比	15/6期 実績	売上 構成比	前期比	対売上構成 比	15/10期 計画値	計画値売 上構成比	達成率
純売上高	2,080	100.0%	2,586	100.0%	24.3%	0.00%	4,153	100.0%	62.3%
純仕入高	1,474	70.9%	1,896	73.3%	28.7%	2.46%	3,025	72.8%	62.7%
売上総利益	605	29.1%	689	26.7%	13.9%	-2.46%	1,127	27.2%	61.2%
販管費	529	25.4%	637	24.6%	20.5%	-0.79%	1,073	25.9%	59.4%
営業利益	76	3.7%	52	2.0%	-31.7%	-1.67%	53	1.3%	97.4%
経常利益	77	3.7%	57	2.2%	-26.0%	-1.52%	54	1.3%	104.9%
当期純利益	48	2.3%	34	1.3%	-28.8%	-1.00%	35	0.9%	97.7%

▼営業利益の増減分析コメント▼

ECマーケティング事業については、円安に伴う仕入価額の上昇や配送費の上昇が継続しており利益率は落ちているものの、大幅な売上高の増加により営業利益は予算を大きく上回っている。商品企画関連事業については、受注が好調。結果として全社的には年間予算達成率97.4%を達成。

【販管費内訳】

(単位：百万円)

	14/6期実績	対売上高比	15/6期実績	対売上高比	前期比 対売上高比	増減要因
人件費	74	3.6%	92	3.6%	-0.01%	4月からの給料の大幅改定により前年比で増加するものの、対売上高比では前年と同一。
荷造包装費	144	6.9%	188	7.3%	0.35%	送料の継続的な上昇による影響
広告宣伝費	56	2.7%	52	2.0%	-0.66%	ビックデータの収集・分析により、対外的な広告宣伝費比率が低下
販売促進費	59	2.9%	64	2.5%	-0.35%	ビックデータの収集・分析により、対外的な販売促進費(主にポイント付与)比率が低下
ロイヤリティ	61	3.0%	83	3.2%	0.28%	主に楽天市場のロイヤリティ上昇の影響
その他	133	6.4%	155	6.0%	-0.39%	
合計	529	25.4%	637	24.6%	-0.79%	

2015年6月期連結業績の概要

GENEPA

【セグメント情報 前期比較】(単位：百万円)

		14/6期	15/6期
ECマーケティング事業	売上高	-	2,147
	セグメント利益	-	66
商品企画関連事業	売上高	-	435
	セグメント利益	-	66
その他	売上高	-	3
	セグメント利益	-	2

【セグメント情報 四半期推移】(単位：百万円)

		15/3期	15/6期
ECマーケティング事業	売上高	1,021	1,125
	セグメント利益	27	38
商品企画関連事業	売上高	141	293
	セグメント利益	20	45
その他	売上高	0	2
	セグメント利益	0	1

【連結財政状態】(単位：百万円)

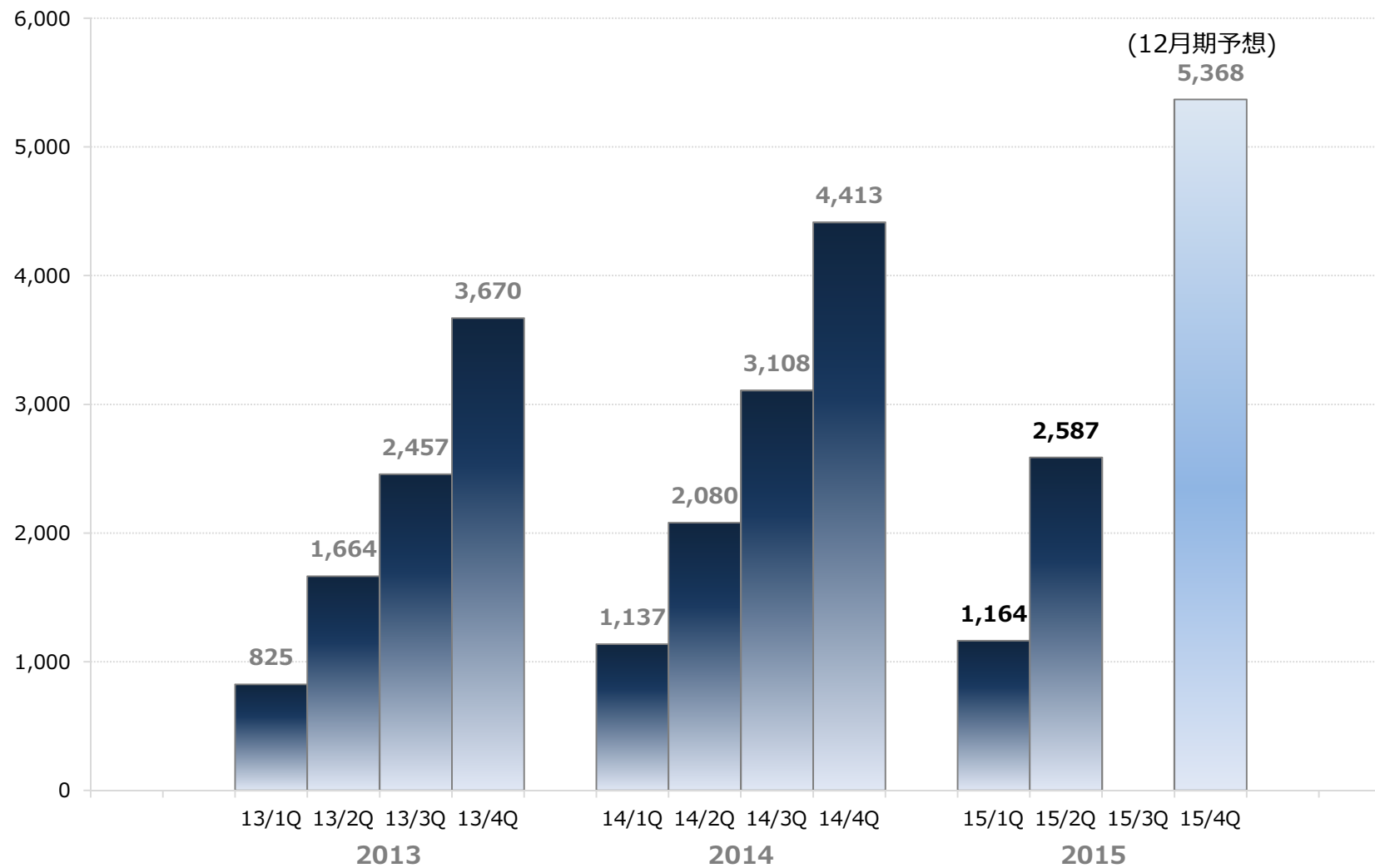
	14/12期	15/6期		14/12期	15/6期
流動資産	1,066	1,376	流動負債	535	765
うち、現預金	88	269	うち、買掛金	274	302
うち、売掛金	635	569	うち、未払金	220	151
うち、商品	329	433	うち、借入金	0	250
固定資産	72	27	固定負債	2	2
有形固定資産	3	4	負債合計	537	768
無形固定資産	7	10	純資産合計	601	635
投資その他の資産	61	12	負債・純資産合計	1,139	1,403
資産合計	1,139	1,403			

連結四半期累計売上高の推移

GENEPA

連結売上高：2,587百万円（2015年6月期時点）

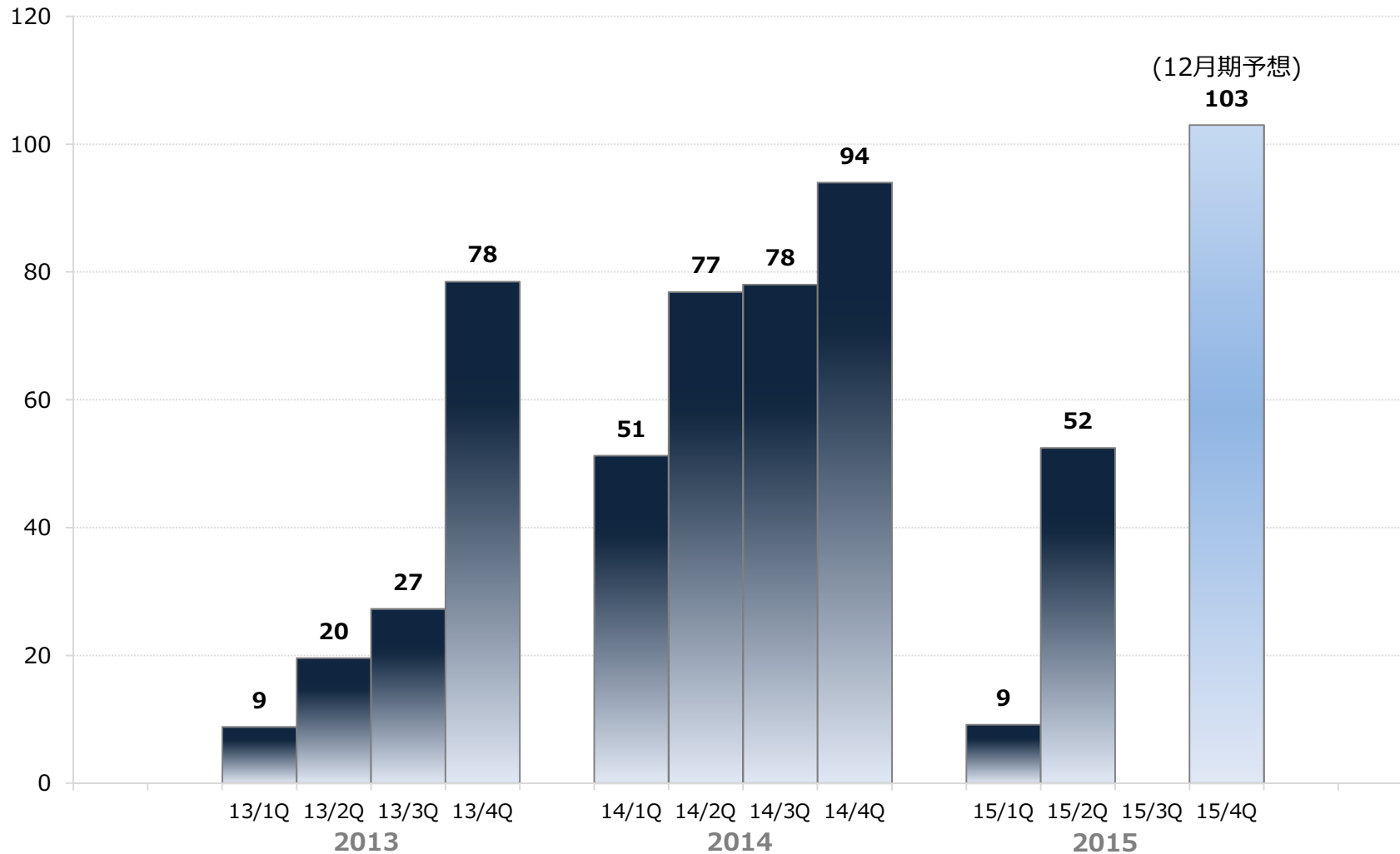
（単位：百万円）



連結四半期累計営業利益の推移

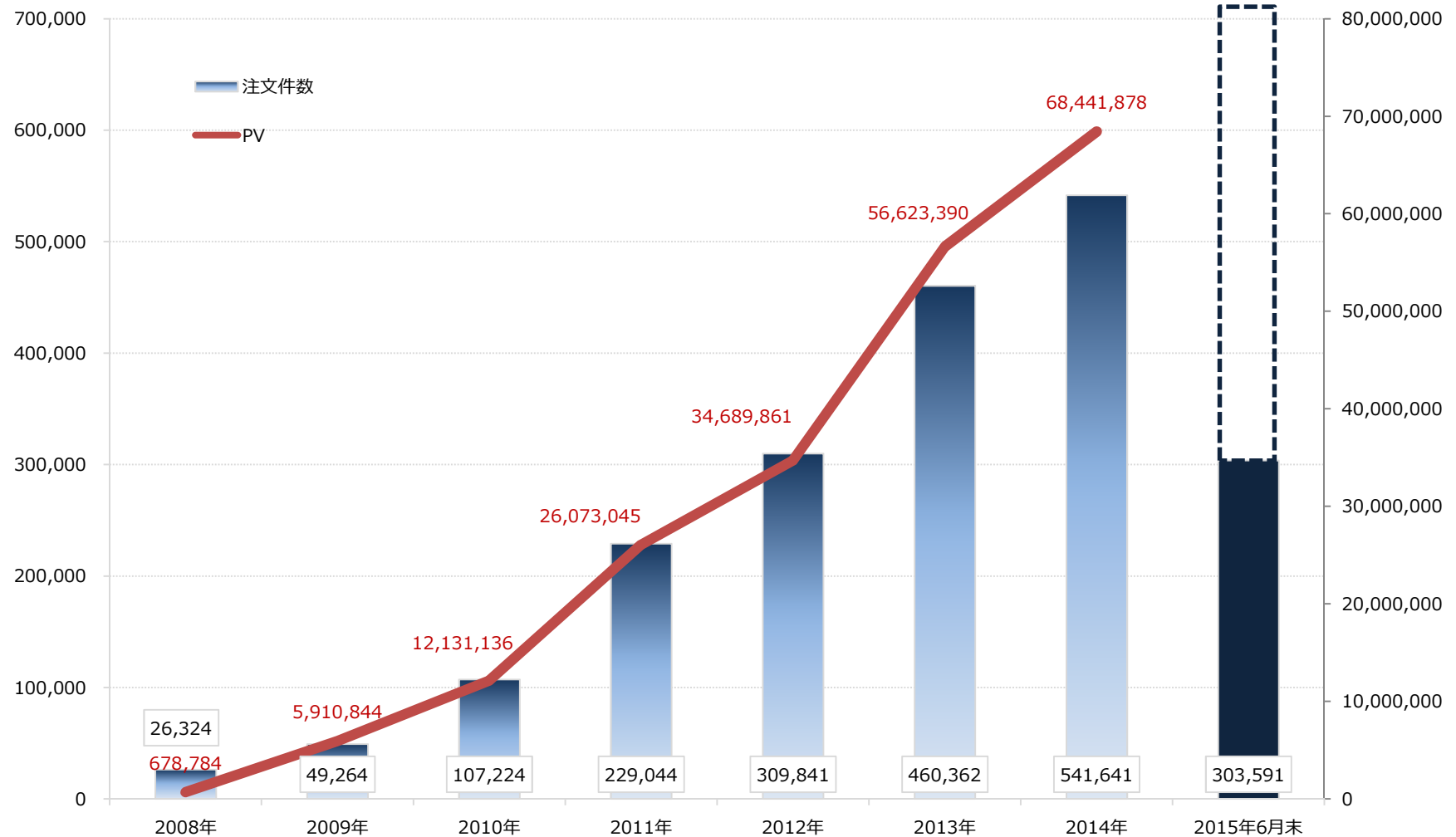
連結営業利益：52百万円（2015年6月期時点）

（単位：百万円）



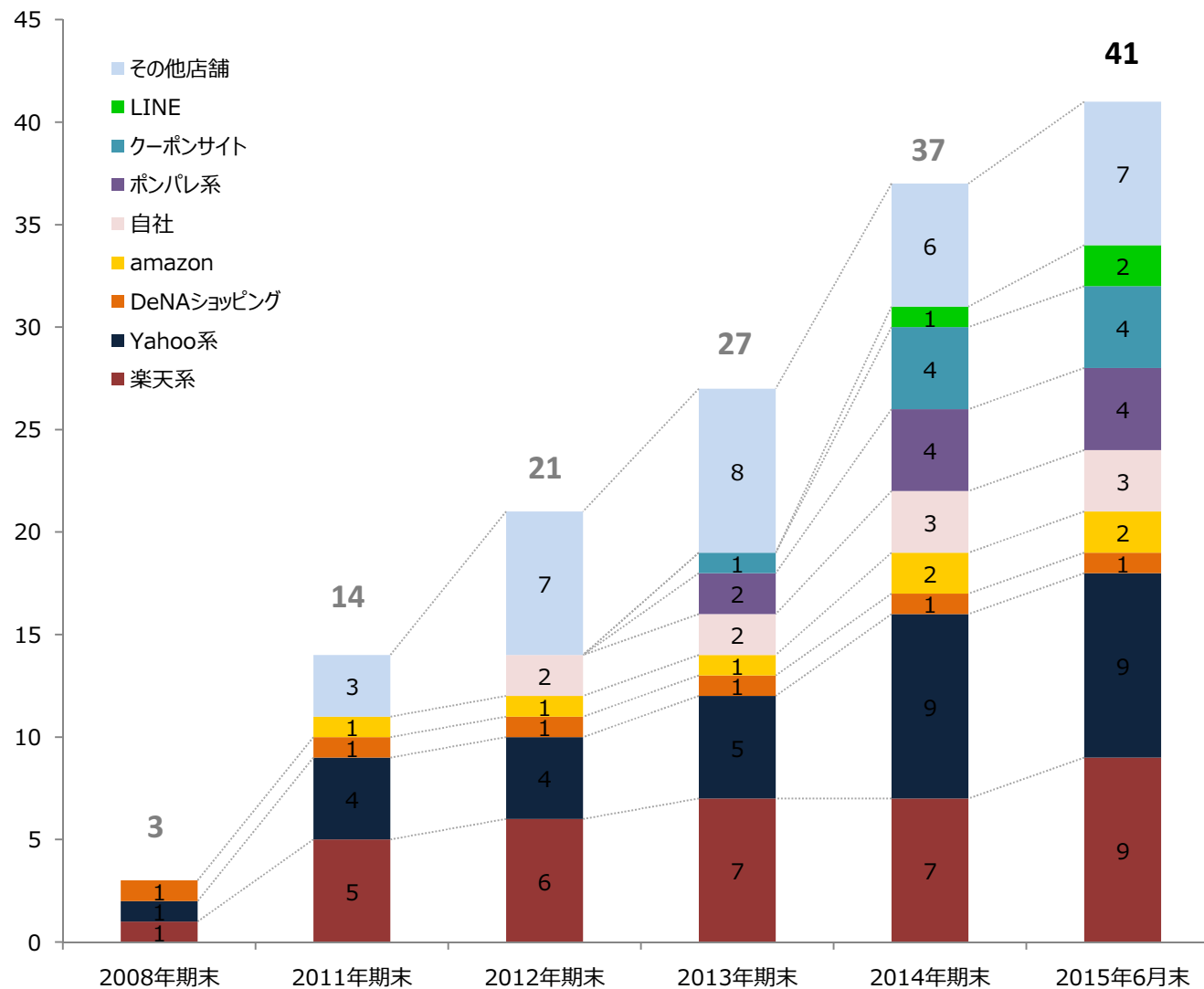
【ECマーケティング事業】円安に伴う仕入価額の上昇や配送費の上昇が継続、利益率は落ちているが、売上高の大幅増加により、営業利益は予算を上回る。
【商品企画関連事業】三菱商事ファッションからの受注が好調。結果として全社的には年間予算達成率97.4%を達成。

【年間推移】



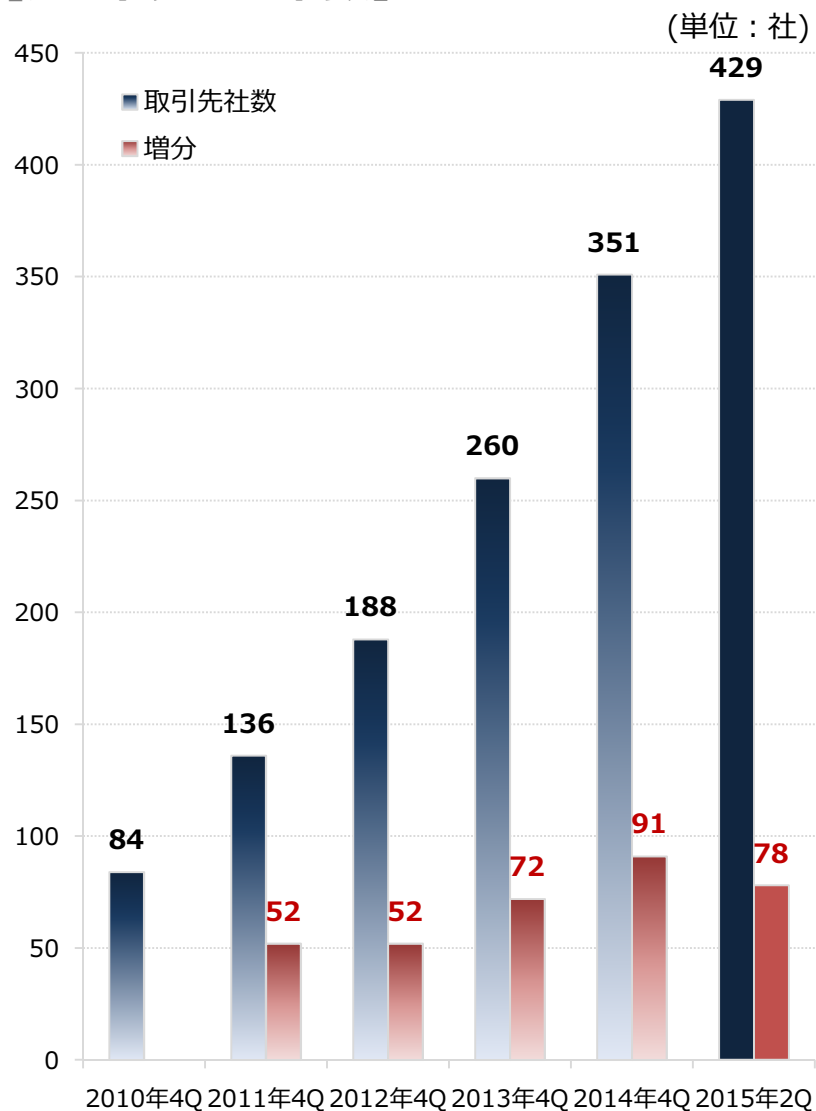
出店数の推移

楽天2店舗、LINE1店舗、他1店舗新規オープン

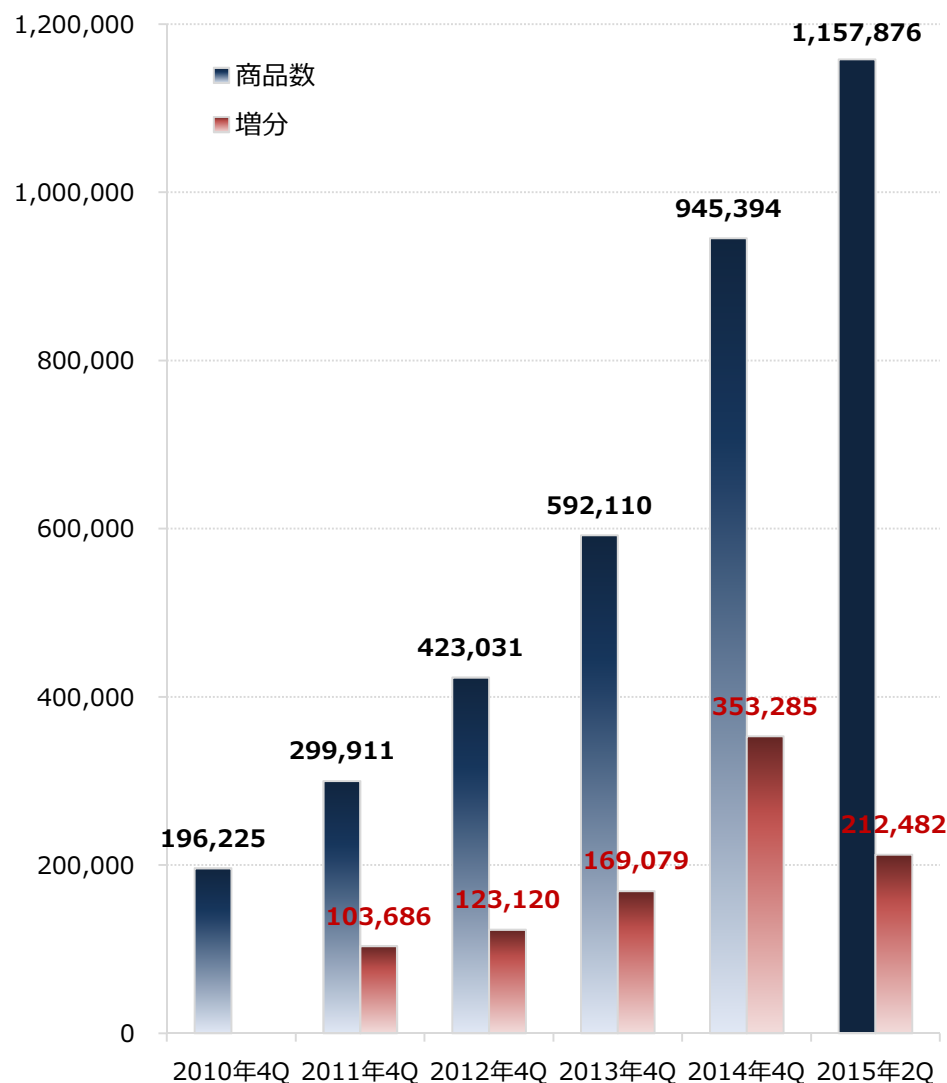


パートナー企業数・取扱商品数の推移

【パートナー企業数】



【商品数】



今後の展望

GENEPA

脅威

為替変動

機会

ECマース市場拡大



課題

国内販売依存

蓄積されたビッグデータの
活用

品揃え強化・拡充



重点施策

海外事業への展開
(中国クロスボーダー事業)
初年度目標10億円

既存事業の拡充
取扱高ベースで前年比
125%成長目標

ビッグデータ分析
による新規事業
スタート

『中国クロスボーダー事業の推進』

【背景】

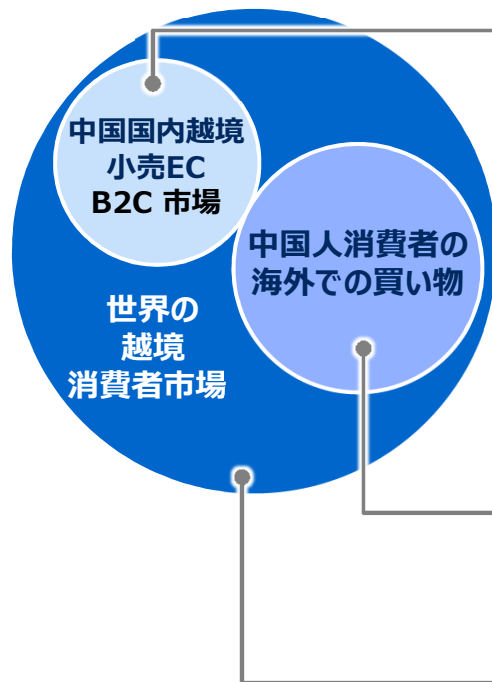
- ・急激な為替変動へのヘッジとしての外貨建販売取引の必要性
- ・既存事業のノウハウの海外展開
- ・隣国であり、2018年には、現在の2倍以上と加速的かつ継続的な拡大が見込まれる中国市場が出現
- ・CPグループという、適切なパートナー企業と提携完了

各国越境EC市場規模推計(2014~2018年) (単位: 億円) (単位: %)

消費国	販売国	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2018/2014
中国	日本	6,064	8,006	9,994	12,047	13,943	
	米国	6,290	8,305	10,366	12,496	14,463	
(合計)		12,354	16,311	20,360	24,543	28,406	229.9%

出展「平成27年5月経済産業省 商務情報政策局 情報経済課による電子商取引に関する市場調査」

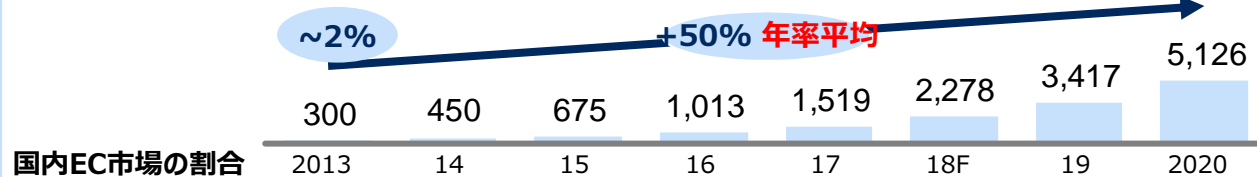
▼越境EC小売市場と海外購買からなるクロスボーダー市場は、2020年には22兆円を超える見通し



短期的なターゲット市場 (狭い市場)

越境EC小売市場の市場サイズ(輸入のみ)

RMB 100 m = 20億円



- ・ 中流階級人口と購買力の継続的な伸び (~3% 年率平均) 海外の高品質製品への高まる需要を導いている
- ・ 関税政策は将来的に弱くなるが、国内と海外市場での価格差は残り、よって越境EC市場は存在し続ける

中期的なターゲット市場(広い市場)

- ・ 海外旅行での中国人消費者の買い物の市場規模 は大きい
 - 市場規模 は2014年に4億円にもなった
 - 将来的な年間成長率は13%にもなる見通しで2020年には12億円になる

長期的なターゲット市場(広い市場)

- ・ 遠い未来には中国の越境ECのプラットフォームは世界の消費者の輸出入の需要を満たす可能性もある
- ・ 国内消費者のハイエンド商品へのニーズを満たすために使われる (例.都市間の新鮮野菜の輸送が 最初から終わりまで追跡可能)

【実行施策】

- | | |
|---------|--|
| 2015年6月 | CPグループへの第三者割当増資発表し、弊社の大株主となる。 |
| 2015年7月 | 払込完了、CPグループ等5大企業が設立するクロスボーダー（越境）EC事業の前段であるKJT（跨境通）へのサポート開始 |
| 2015年8月 | 中国越境EC市場での協業を目的としたディノスセシールとの業務提携 |
| 2015年8月 | 上海政府運営の「KJT」へ日本企業として初出店（予定） |

『上海政府運営・越境ECモール「KJT.COM」へ参加』



- CPグループとの共同により、日本企業初出店予定
- ディノスセシール商品を弊社中国店舗にて取扱い
- 日本国内企業のKJT出店サポート

『CPグループへの第三者割当増資』

中国EC市場進出にあたり、文化や商慣習を熟知し、現地の人脈を持つ
アジア有数の財閥グループ企業への増資引き受け

【調達資金】

調達資金 : 857,850千円
払込完了日 : 2015年7月2日

【資金用途予定】

具体的な用途	金額(千円)	支出予定時期
①中国企業との資本提携又は買収	500,000	平成27年7月～平成28年3月
②運転資金	253,624	平成27年7月～平成29年10月
③システム開発要員の人件費又は外注費及びマーケティング費用	100,000	平成27年7月～平成29年10月

『既存事業の拡充』

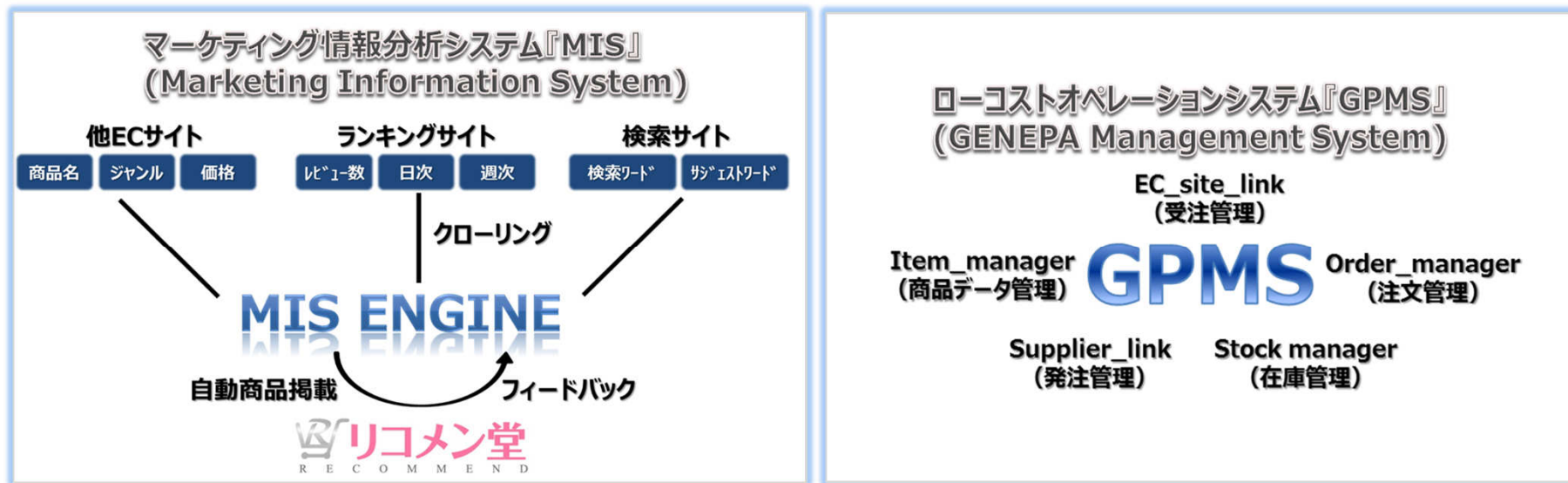
【ECマーケティング事業】

- ◆ 店舗数の拡大
- ◆ 取引社数の拡大
- ◆ 商品数の拡大
- ◆ システム強化による利益率の向上
- ◆ 自社スタジオ強化による商品コンテンツの拡充
 - ◆ 2015年撮影商品数平均/月：250点、2014年比1.4倍
 - ◆ 2015年撮影商品売上平均/月：8200万円、2014年比2.5倍
- ◆ 売れ筋データ分析によるパートナー企業様の販売支援

【商品企画関連事業】

- ◆ 商材の拡大（家具・ファブリックに加えて、寝具等その他商材）
- ◆ 取引社数の拡大
- ◆ 提携工場の拡大
- ◆ 取扱商品種類の拡充

- これまで社内用に蓄積してきた、売れ筋情報・評価情報等のビッグデータをビジネス化。
- BtoCおよびBtoBの両面でのマネタイズを検討中。
- 国内向け及び中国向けの両面で展開。
(具体的な事業内容は、今年度中に発表予定)

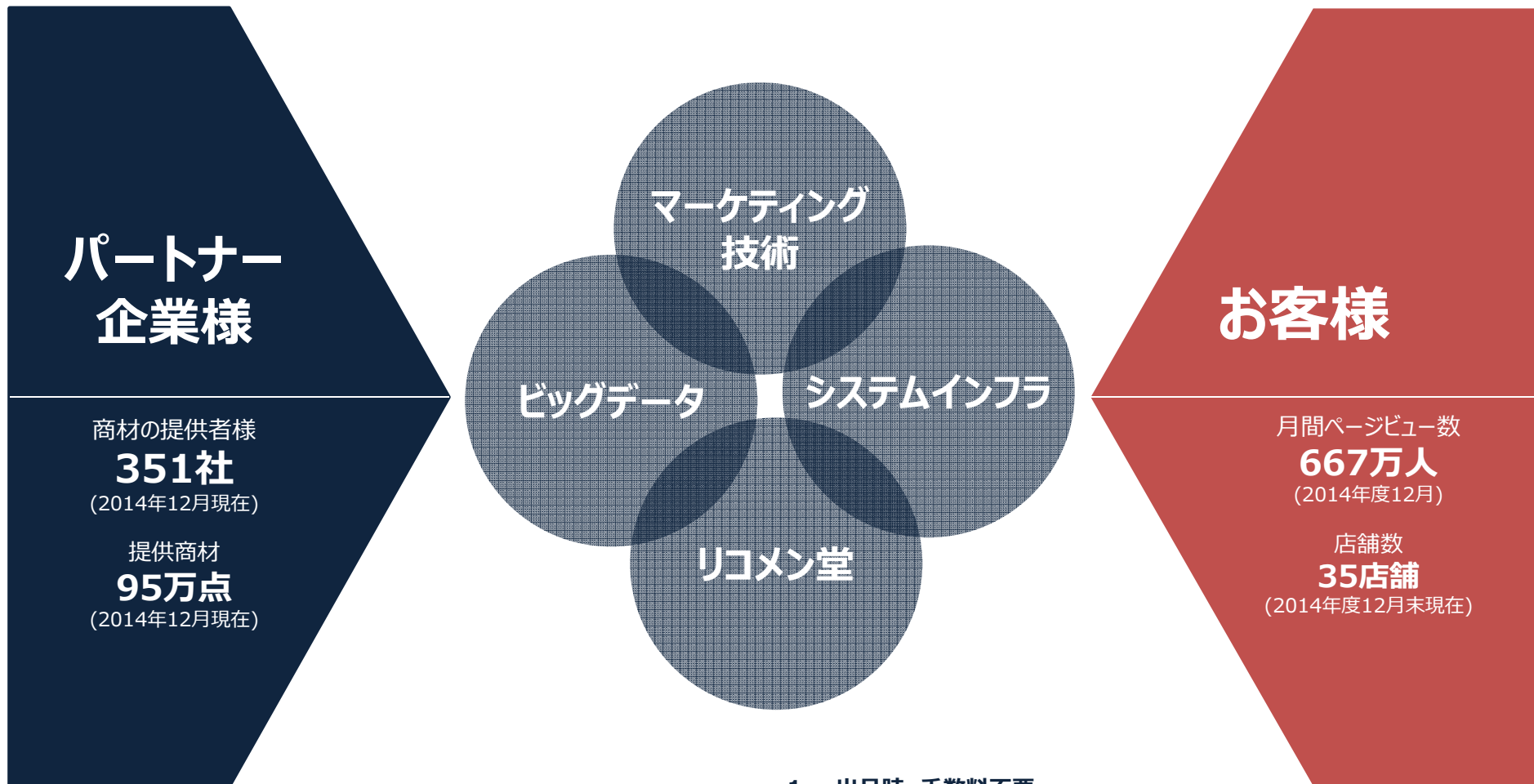


參考資料

GENEPA

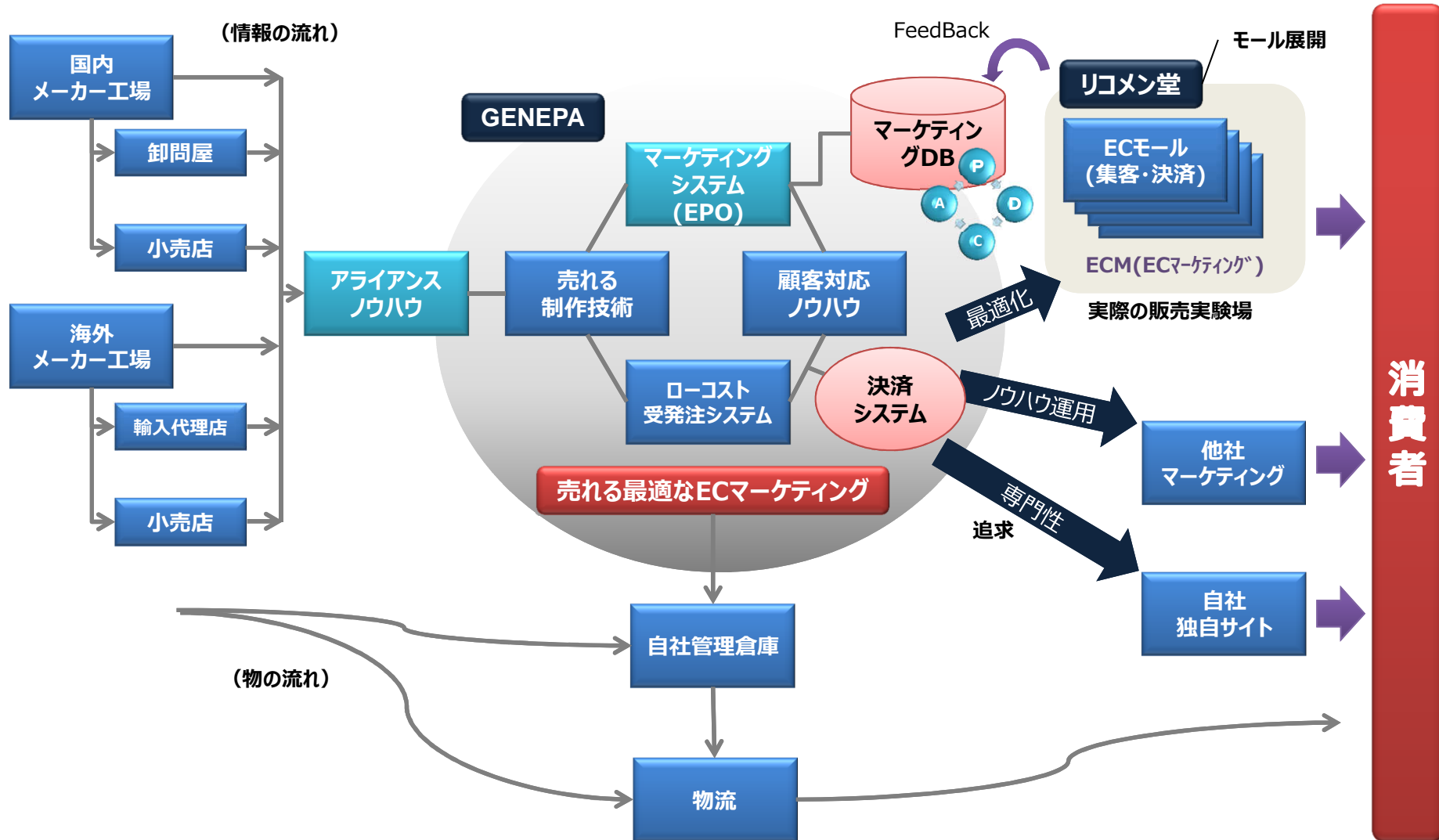
本社	東京都新宿区西新宿6-12-1西新宿パークウエストビル5F														
事業内容	<p>ECマーケティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●EC事業 <ul style="list-style-type: none"> -インターネット通販ショップの運営 -新商品のネットマーケティング -マーケティングリサーチ及び分析 ●ECサポート事業 <ul style="list-style-type: none"> -インターネット通販での新規出店・販売・運営支援 <p>その他事業</p> <ul style="list-style-type: 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	62,211万円 (2015年8月17日現在)														
発行株数	2,055,010株 (2015年8月17日現在)														
従業員数	46名(パート・アルバイト含む) 平均社員給与349万円(2015年6月末実績値)														

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

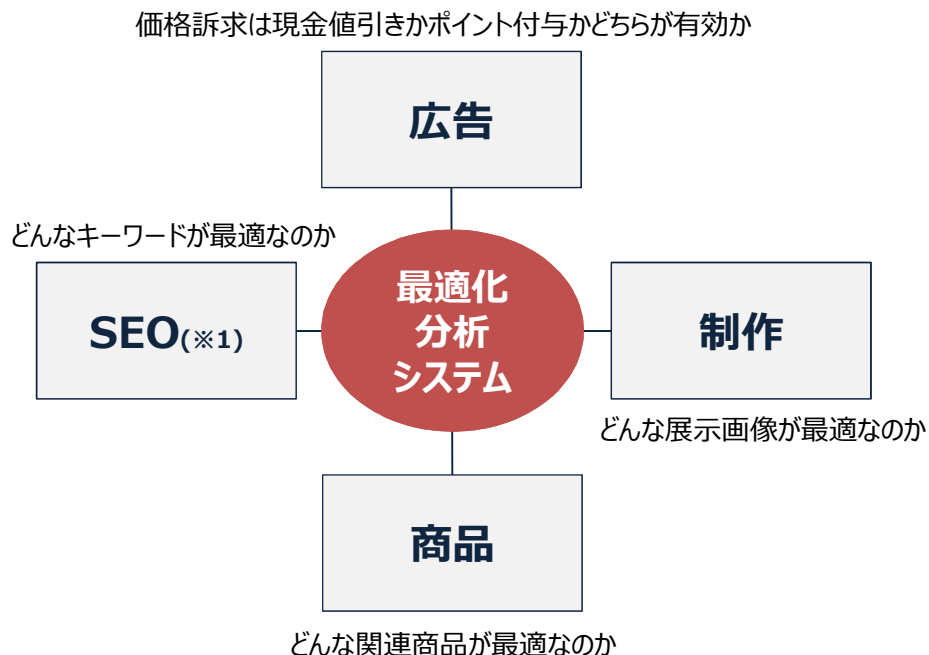
独自で構築したEコマースに特化したマーケティング「EPO」を基礎としたMIS(マーケティングインフォメーションシステム)とローコストオペレーションを可能とした受発注システムにより、最適な商流を創り出す事業



「EPO(EC Platform Optimization)」

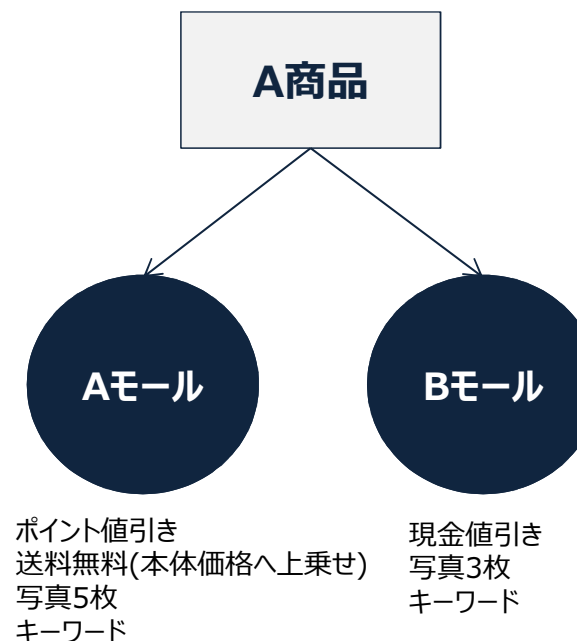
ECモールをマーケティングインフラとして捉え、商品の販売を最適化するマーケティング手法

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 + 13% で成長の中、当社は年率平均 + 44% 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 2010年~2014年の5年間EC(BtoC)市場成長率(経済産業省)/2010年~2014年の当社の売上高の前年比率平均

【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」が承認されております。

【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つることにより、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。

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/>