

# GENERATION PASS

## 2016年4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

- 連結売上高：3,141百万円(前年同期比21.4%増)、営業利益：88百万円(前年同期比69.1%増)
- 会社年間計画に対する達成率は、売上高41.4%、営業利益73.9%

## ECマーケティング事業

- 連結売上高2,611百万円(前年同期比21.6%増)
- セグメント利益98百万円(前年同期比48.5%増)
- 出店店舗数・パートナー企業数・PV数・注文数は上昇。取扱い商品数は顧客満足度向上のためにデリバリー等のシステム対応ができない商材を一時的に販売停止にしたため減少

## 商品企画関連事業

- 連結売上高498百万円(前年同期比14.5%増)
- セグメント利益59百万円(前年同期比10.6%減)
- 売上は増加。セグメント利益は新商材開発にかかる費用の計上により前年同期比で減少

## 今後の展開

- ECマーケティング事業セグメント
  - 国内は継続して店舗数、取引社数、商品数を拡大し、マーケティングデータの収集及びその分析を行い売上高を拡大
  - マーケティングデータの活用によるサポート事業の強化
  - 海外は、チャンネルをマルチ化し日本と同様のECマーケティング事業を推進
- 商品企画関連事業セグメント
  - 新規商材の開発及び取引社数の増加による売上・利益の拡大

---

2015年11月	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 中国企業へ向け、ビッグデータの販売を開始
2016年3月	商品企画関連事業 新商材の開発完了、販売開始
2016年3月	「跨境通(KJT.com)」での掲載商品数 1位獲得
2016年4月	Yahoo! ホームライフ館オープン
2016年5月	株式を1対4の割合で分割。発行済株式総数が2,061,510株から8,246,040株へ増加
2016年5月	MOBILE NAVI BEIJING CO.,LTDと、資本業務提携の基本合意締結

---

# 16/10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	16/4期 実績	売上 構成比	16/10期 計画値	通期進捗率
純売上高	2,586	100.0%	3,141	100.0%	7,592	41.4%
純仕入高	1,896	73.3%	2,241	71.4%	5,491	40.8%
売上総利益	689	26.7%	899	28.6%	2,101	42.8%
販管費	637	24.6%	811	25.8%	1,981	40.9%
営業利益	52	2.0%	88	2.8%	120	73.9%
経常利益	57	2.2%	85	2.7%	121	70.5%
当期純利益	34	1.3%	57	1.8%	76	74.9%

※ ECマーケティング事業については、引き続き配送費は上昇しているものの、マーケティングデータの活用により広告宣伝費及び販売促進費の削減が進み、ECサポート事業の受注が増加したことにより利益率は上昇。商品企画関連事業については、新規商材が採用される等、三菱商事ファッションからの受注が好調なものの、商材開発費用を計上し利益率は微減。結果として全社的には第2四半期で年間予算達成率73.9%を達成。

# 業績

---

**GENEPA**

注：2015年は10カ月の変則決算となっておりますので、累計の各種数値も10カ月分となります

# 2016年4月期連結業績の概要

GENEPA

## 【連結経営成績】

(単位：百万円)

	15/6期 実績	売上 構成比	16/4期 実績	売上 構成比	前期比	対売上 構成比	16/10期 計画値	計画値売上 構成比	達成率
純売上高	2,586	100.0%	3,141	100.0%	21.4%	0.00%	7,592	100.0%	41.4%
純仕入高	1,896	73.3%	2,241	71.4%	18.2%	-1.98%	5,491	72.3%	40.8%
売上総利益	689	26.7%	899	28.6%	30.4%	1.98%	2,101	27.7%	42.8%
販管費	637	24.6%	811	25.8%	27.3%	1.18%	1,981	26.1%	40.9%
営業利益	52	2.0%	88	2.8%	69.1%	0.80%	120	1.6%	73.9%
経常利益	57	2.2%	85	2.7%	47.9%	0.49%	121	1.6%	70.5%
当期純利益	34	1.3%	57	1.8%	66.6%	0.50%	76	1.0%	74.9%

### ▼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、引き続き配送費は上昇しているものの、マーケティングデータの活用により広告宣伝費及び販売促進費の削減が進み、ECサポート事業の受注が増加したことにより利益率は上昇。商品企画関連事業については、新規商材が採用される等、三菱商事ファッションからの受注が好調なものの、商材開発費用を計上し利益率は微減。結果として全社的には第2四半期で年間予算達成率73.9%を達成。

## 【販管費内訳】

(単位：百万円)

	15/6期実績	対売上高比	16/4期実績	対売上高比	前期比 対売上高比	増減要因
人件費	92	3.6%	110	3.5%	-0.08%	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、対売上高比ではほぼ一定。
荷造包装費	188	7.3%	275	8.8%	1.49%	送料の継続的な上昇による影響
広告宣伝費	52	2.0%	50	1.6%	-0.44%	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	64	2.5%	70	2.2%	-0.26%	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	83	3.2%	111	3.5%	0.30%	主に楽天市場のロイヤリティ上昇の影響
その他	155	6.0%	194	6.2%	0.17%	
合計	637	24.6%	811	25.8%	1.18%	

# 2016年4月期セグメント業績及び連結BSの概要 **GENEPA**

## 【セグメント情報 前期比較】(単位：百万円)

		15/6期	16/4期
ECマーケティング事業	売上高	2,147	2,611
	セグメント利益	66	98
商品企画関連事業	売上高	435	498
	セグメント利益	66	59
その他	売上高	3	31
	セグメント利益	2	20

## 【セグメント情報 四半期推移】(単位：百万円)

		16/1期	16/4期
ECマーケティング事業	売上高	1,349	1,261
	セグメント利益	61	36
商品企画関連事業	売上高	164	333
	セグメント利益	11	47
その他	売上高	3	28
	セグメント利益	1	19

## 【連結財政状態】(単位：百万円)

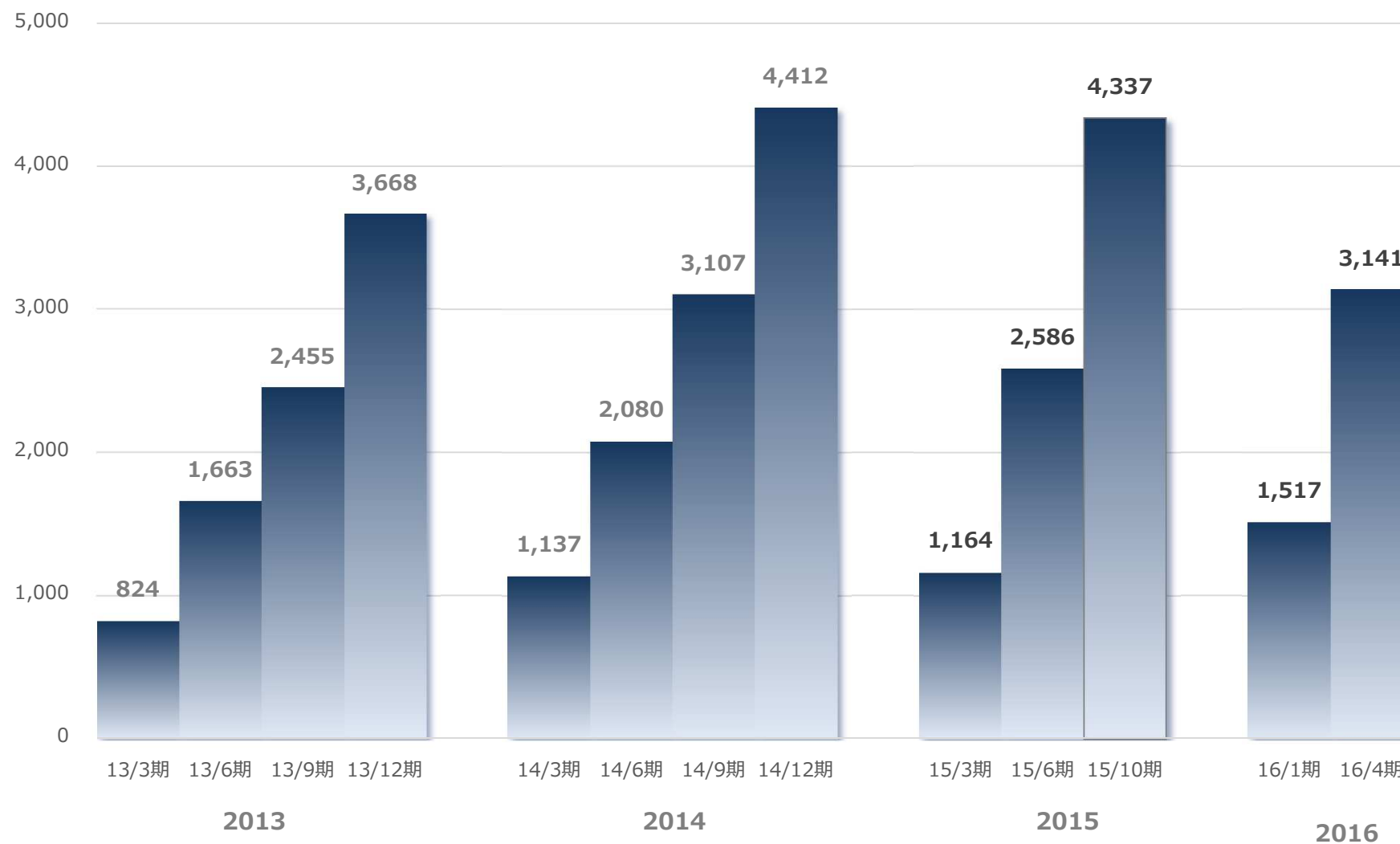
	15/10期	16/4期		15/10期	16/4期
流動資産	1,978	2,097	流動負債	516	578
うち、現預金	1,009	671	うち、買掛金	287	287
うち、売掛金	517	633	うち、未払金	171	170
うち、商品	393	730	うち、借入金	0	0
固定資産	39	55	固定負債	2	13
有形固定資産	3	18	負債合計	518	591
無形固定資産	11	12	純資産合計	1,499	1,561
投資その他の資産	24	24	負債・純資産合計	2,017	2,152
資産合計	2,017	2,152			

# 連結四半期累計売上高の推移

GENEPA

16/4期 連結売上高 : 3,141百万円

(単位 : 百万円)



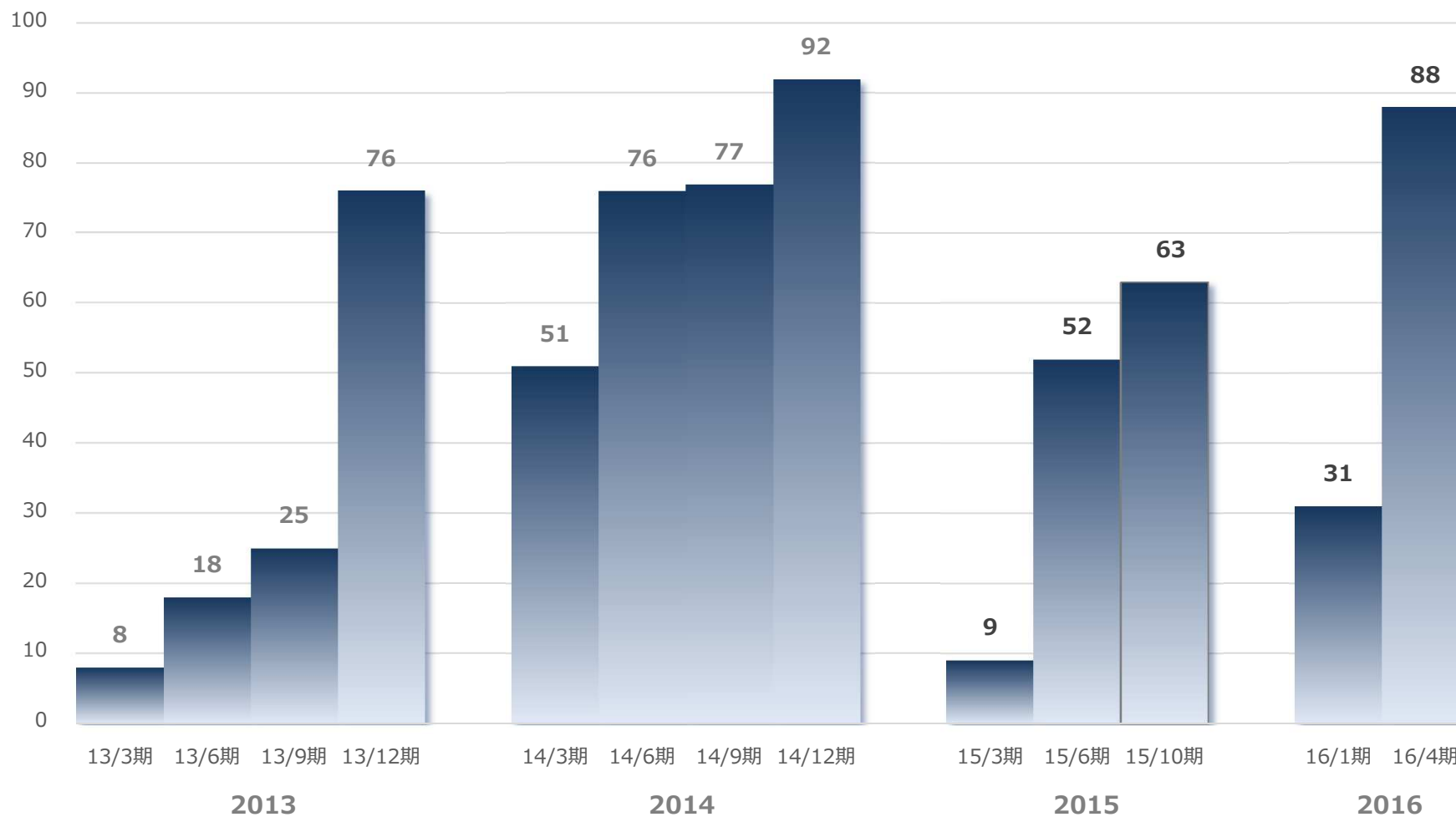


# 連結四半期累計営業利益の推移

GENEPA

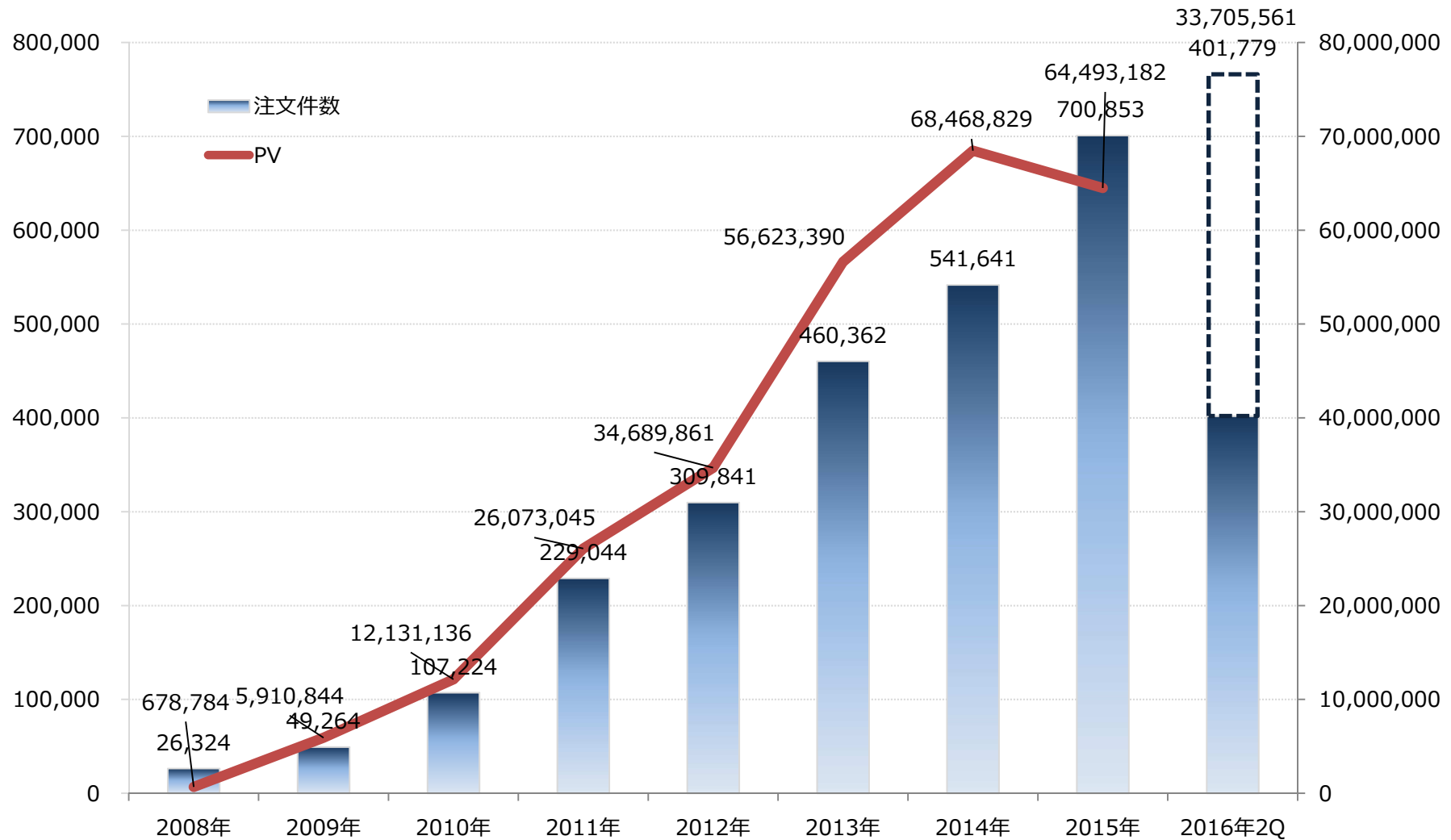
16/4期 連結営業利益：88百万円

(単位：百万円)

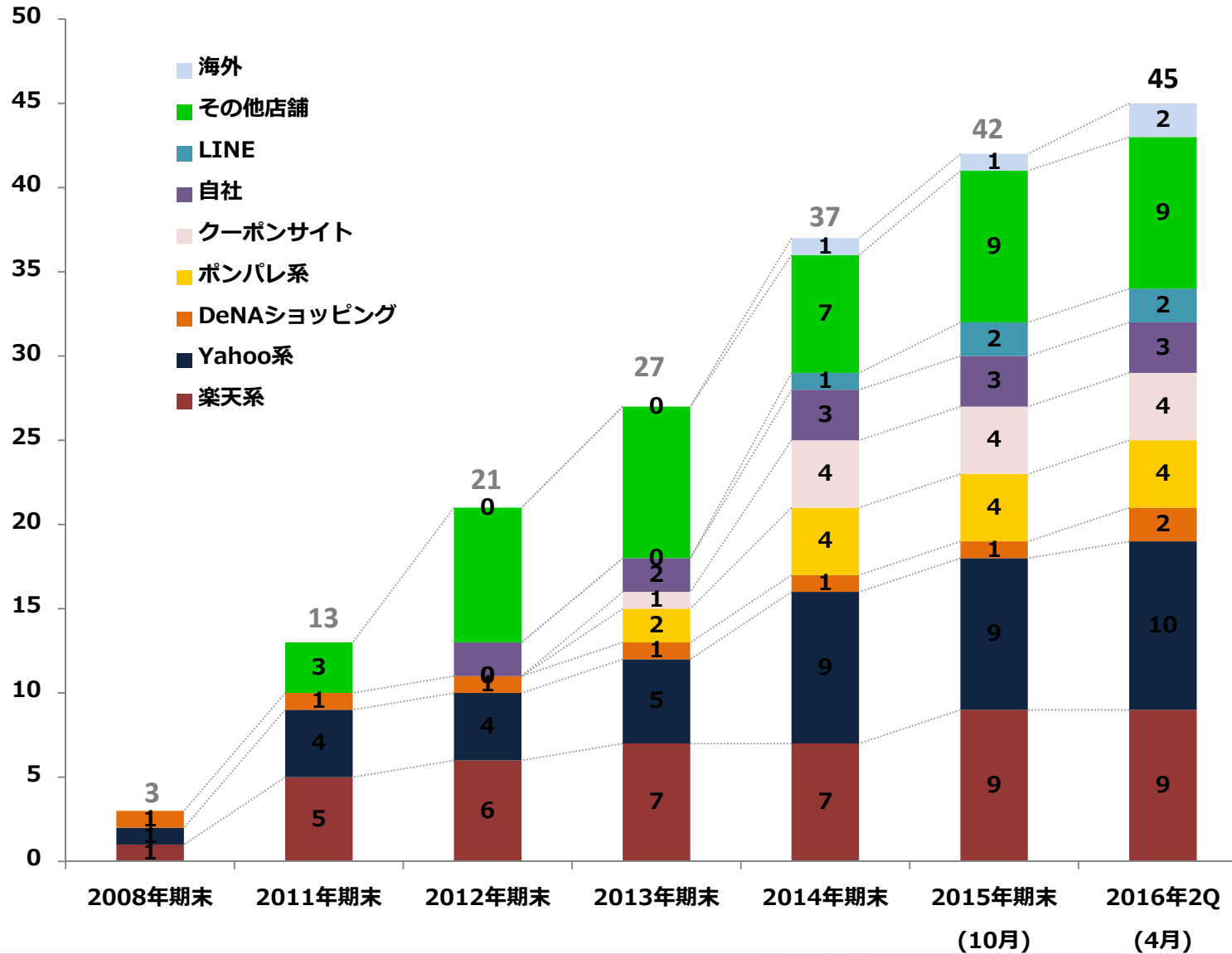


# ページビュー数と受注件数

【年間推移】

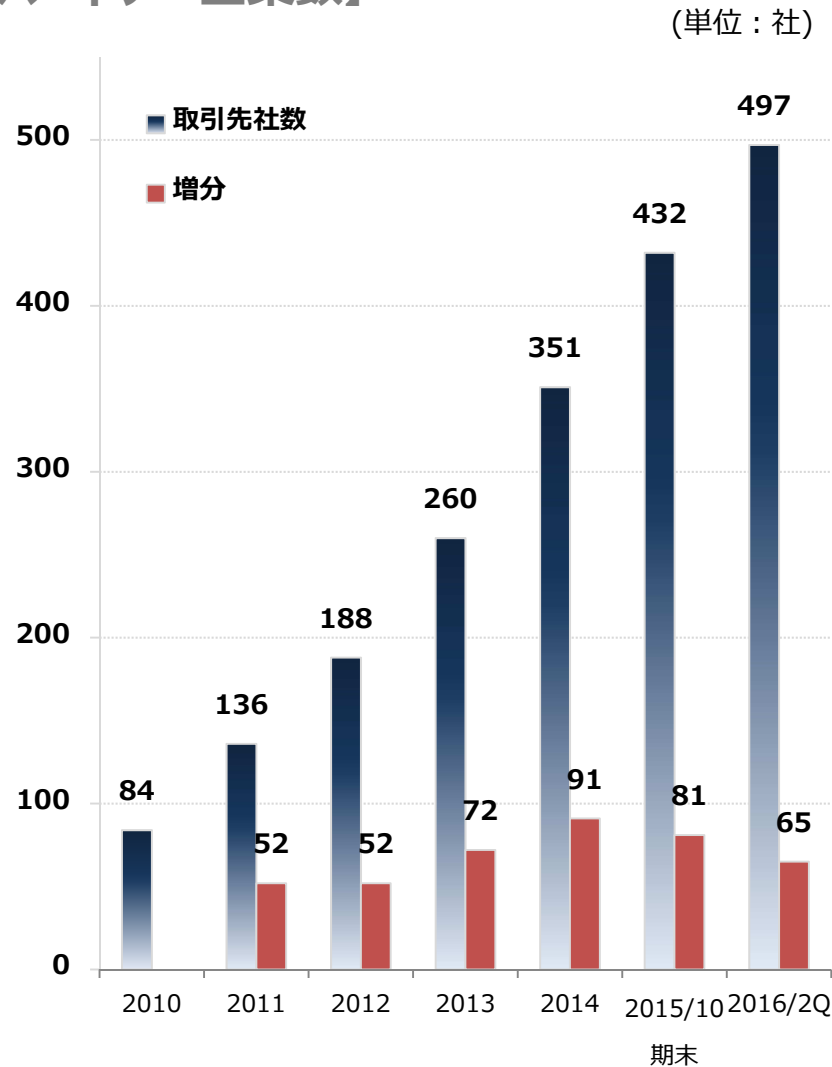


# 出店数の推移

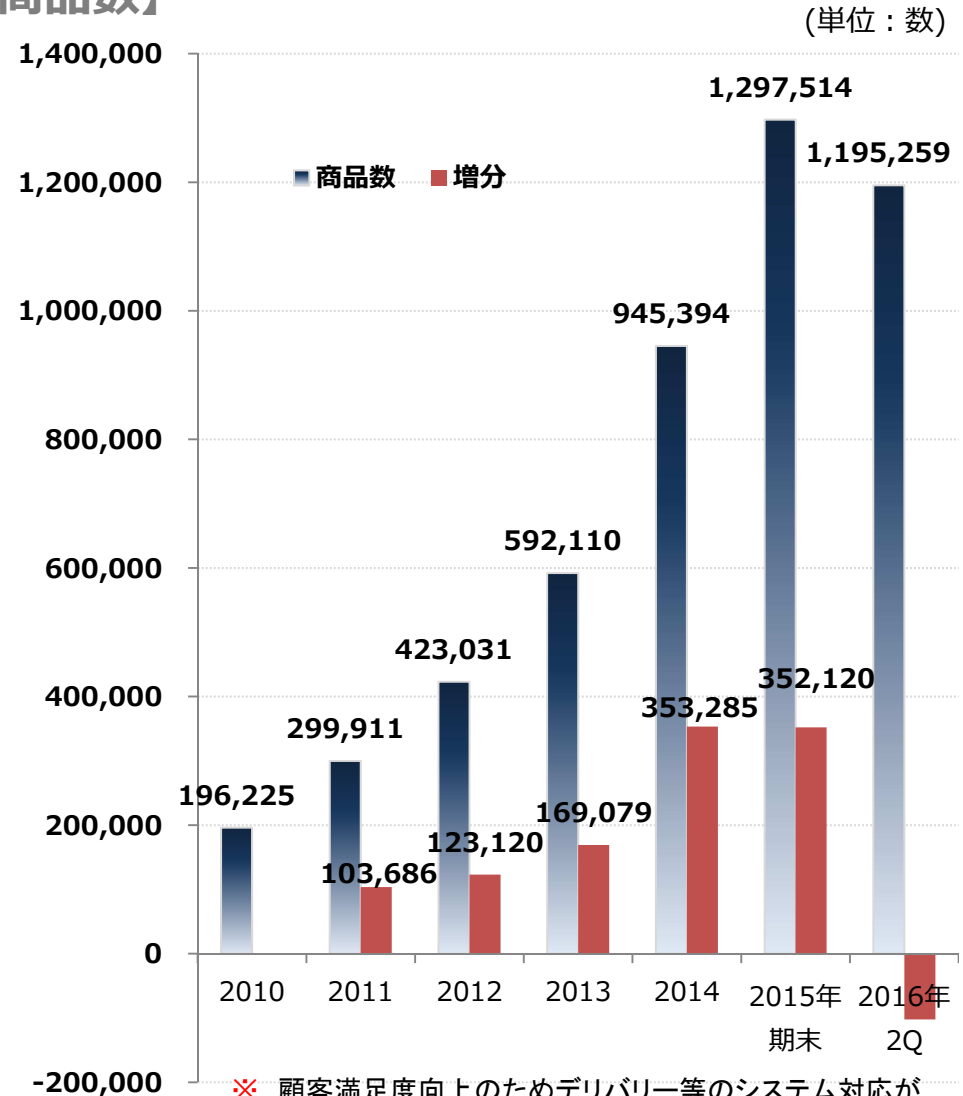


# パートナー企業数・取扱商品数の推移

【パートナー企業数】



【商品数】



※ 顧客満足度向上のためデリバリー等のシステム対応ができない商材を一時的に販売停止にしたため減少

# 今後の展望

---

**GENEPA**

脅威

為替変動

機会

Eコマース市場拡大



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)  
マルチチャネル展開へ

既存事業の拡充  
取扱高ベースで前年比  
146%成長目標

ビッグデータ分析  
による新規事業  
スタート

## 【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11月 上海政府運営の「KJT」へ日本企業として初出店(第1チャンネル)
- 2016年5月 MOBILE NAVI BEIJING CO.,LTDと、資本業務提携  
直輸型ECサイト「洋桃派」スタート（第2チャンネル）

→更に第3・第4のチャンネルを準備中

第1チャンネル  
上海政府運営・保税特区型「KJT.COM」

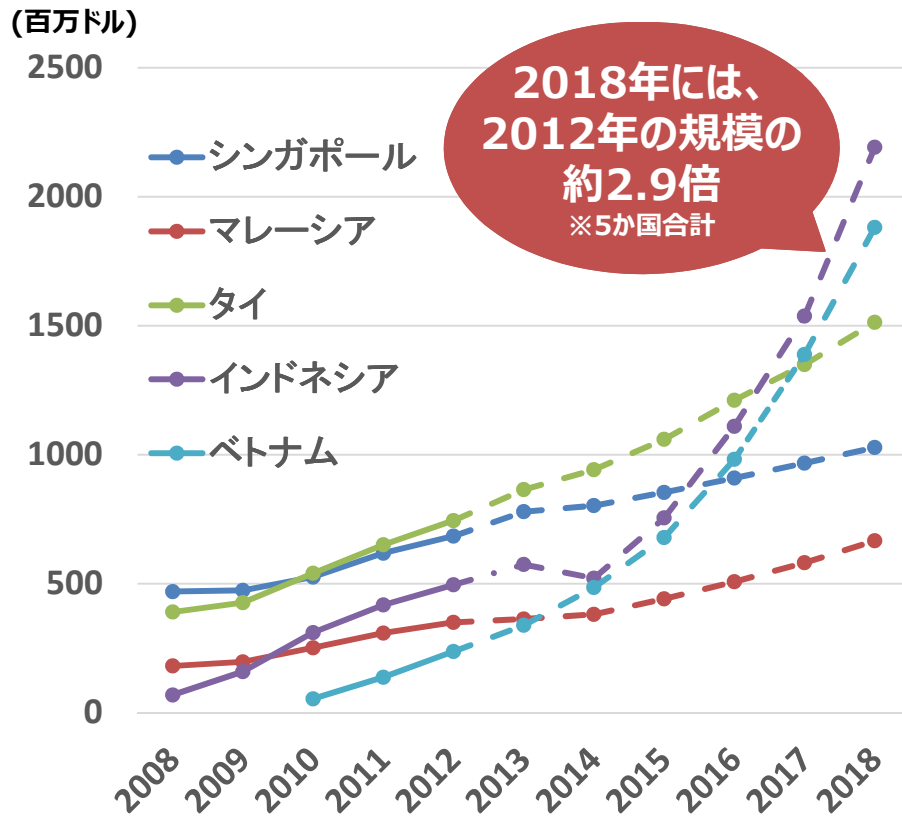


第2チャンネル  
直輸型ECサイト「洋桃派」



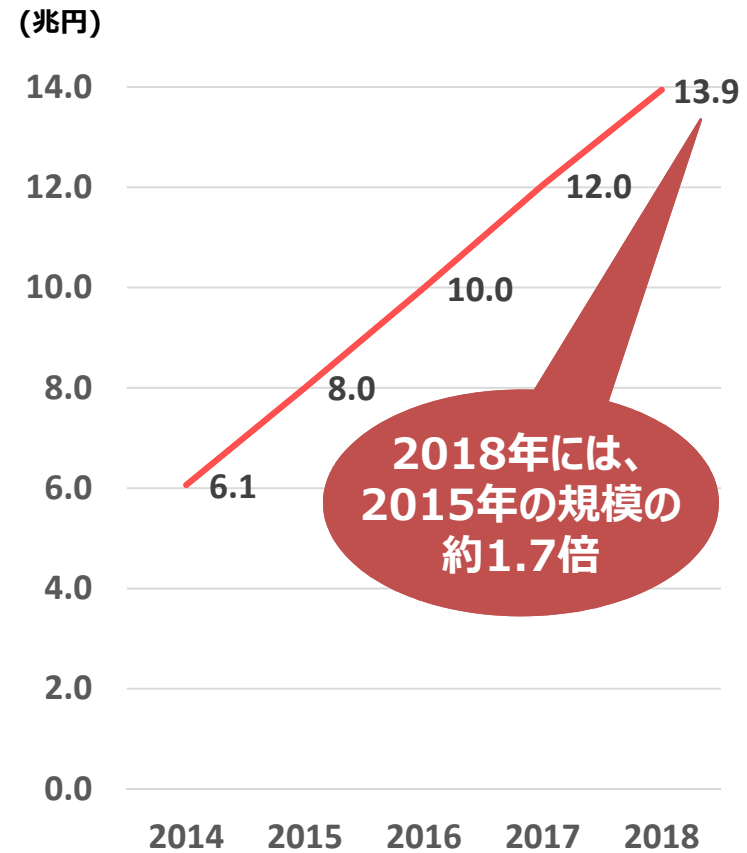
- 2016年5月より、中国向けECマーケットプレイスを開設
- 2016年8月中旬グランドオープン予定

## ASEAN地域のEC市場規模推移



出展：経済産業省 平成25年度わが国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備 (日アセアン越境電子商取引に関する調査)

## 対中国の市場規模予測



出展：経済産業省 電子商取引に関する市場調査報告書2015年度版



## 『既存事業の拡充』

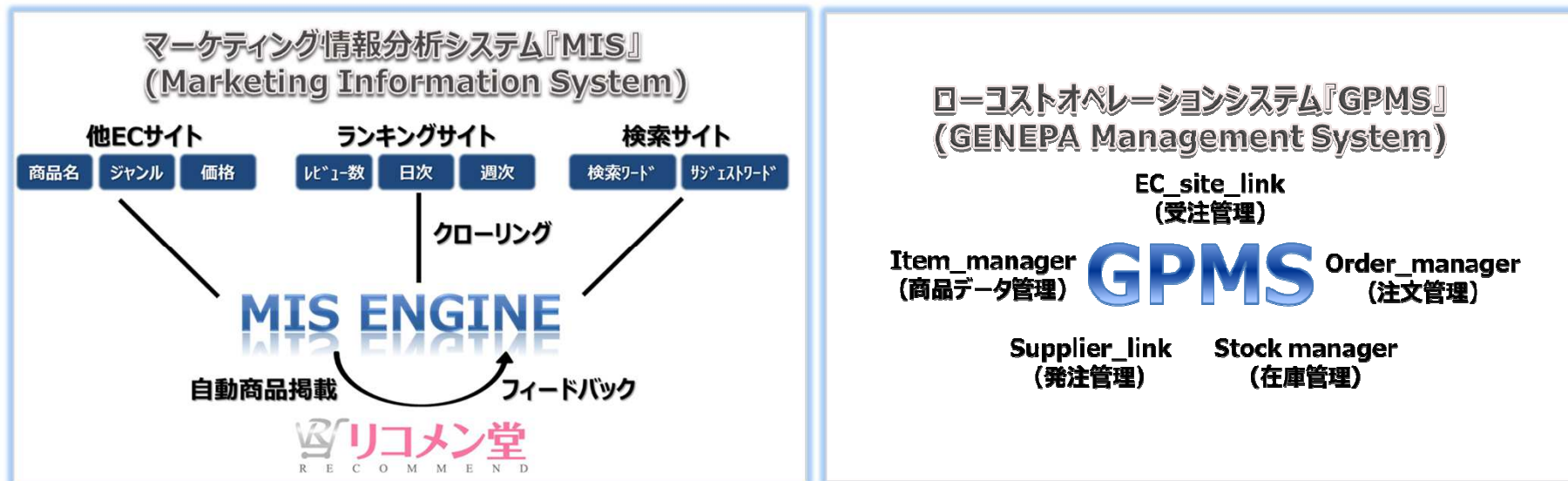
### 【ECマーケティング事業】

- ◆ 店舗数、取引社数、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
- ◆ 中国EC事業の円滑な立ち上げ及びマーケットシェアの獲得
- ◆ 売れ筋データ分析によるパートナー企業様の販売支援
- ◆ ビッグデータ販売
- ◆ システム受託

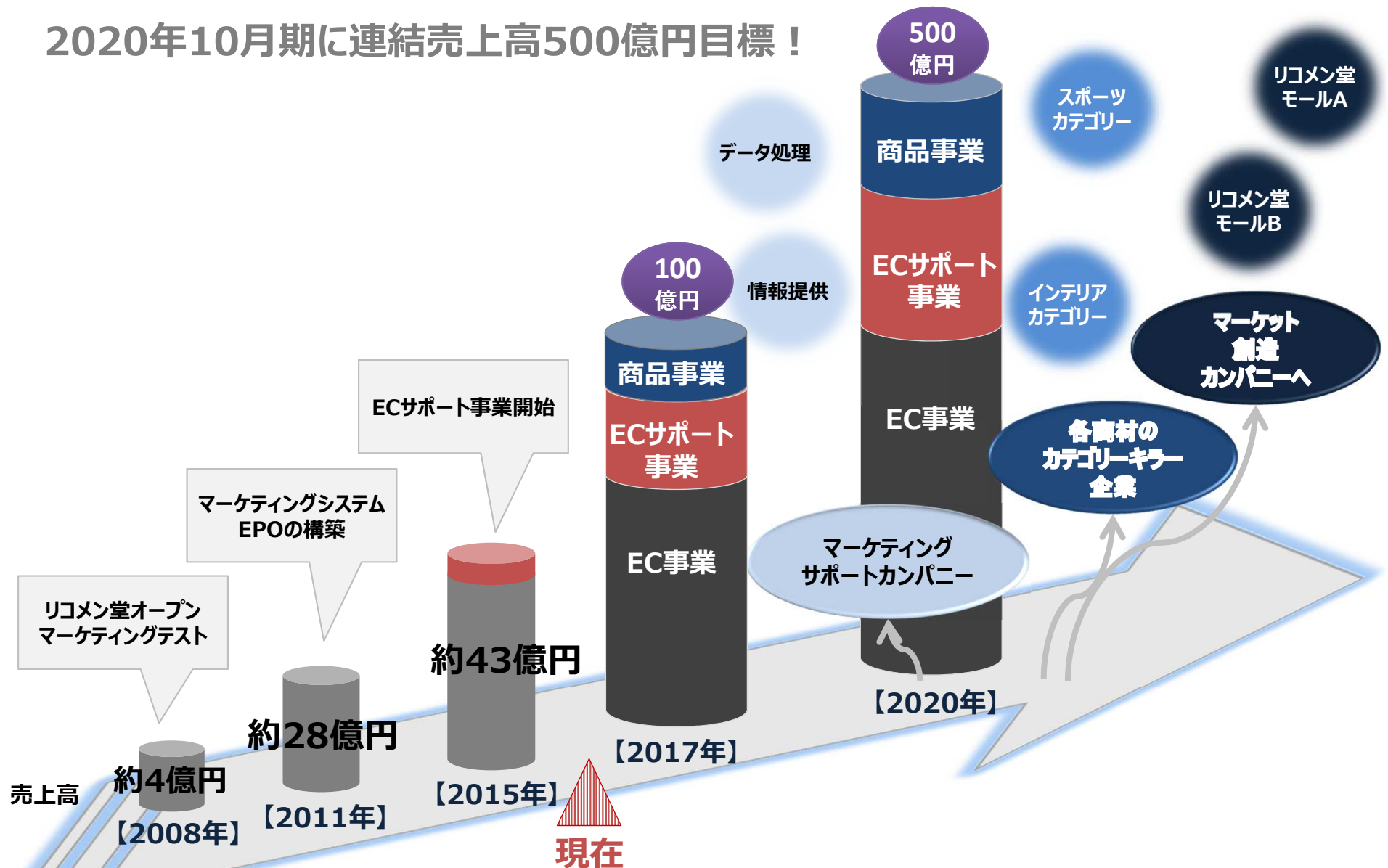
### 【商品企画関連事業】

- ◆ 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。2015年11月より中国企業向けのデータ販売開始。



2020年10月期に連結売上高500億円目標！



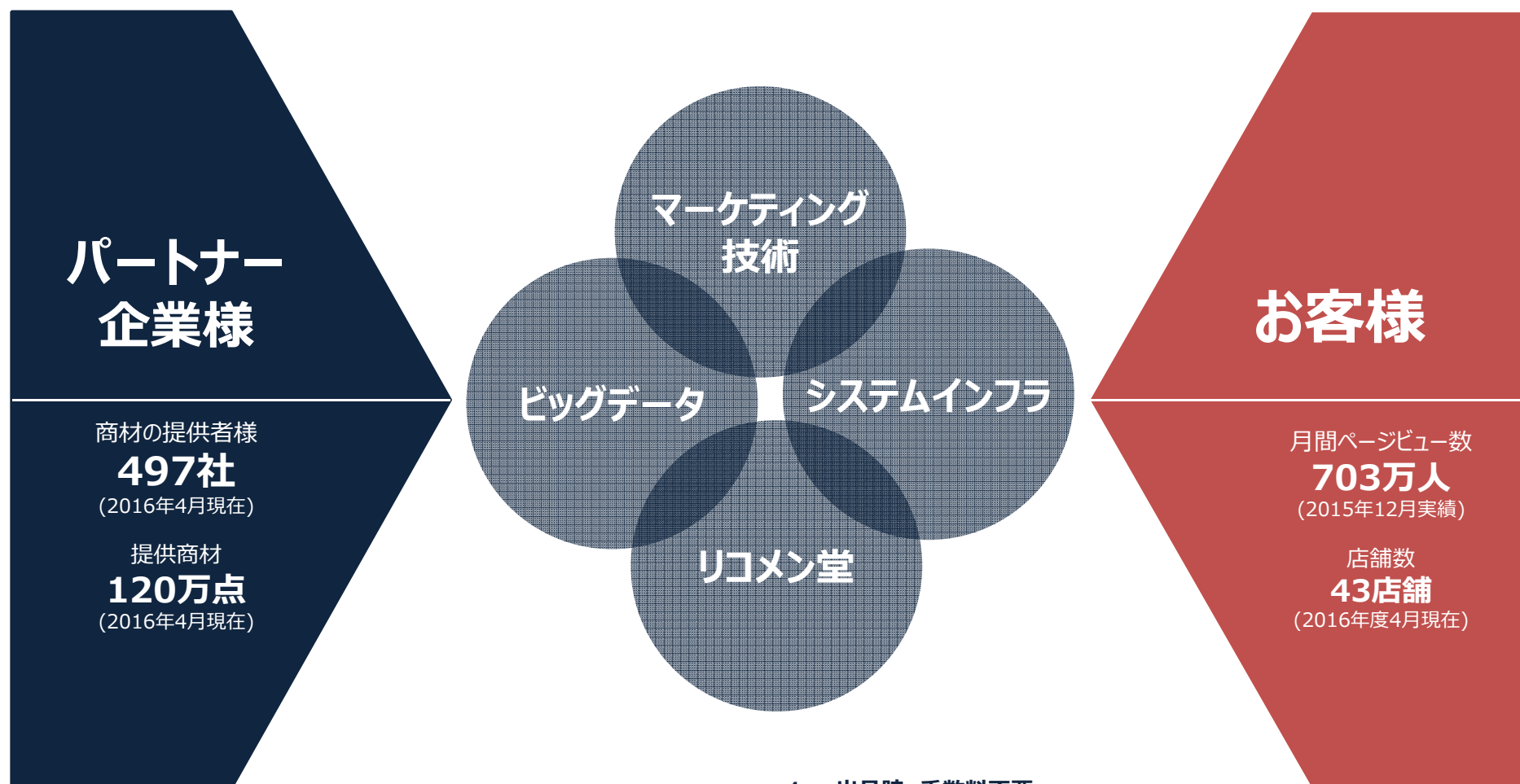
# 參考資料

---

**GENEPA**

<b>本社</b>	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	
<b>事業内容</b>	<p>ECマーケティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●EC事業           <ul style="list-style-type: none"> <li>-インターネット通販ショップの運営</li> <li>-新商品のネットマーケティング</li> <li>-マーケティングリサーチ及び分析</li> </ul> </li> <li>●ECサポート事業           <ul style="list-style-type: none"> <li>-インターネット通販での新規出店・販売・運営支援</li> </ul> </li> </ul> <p>商品企画関連事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●新規商品の提案、共同開発</li> </ul> <p>その他事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●思い出事業（アルバム及び写真のデジタル化サービス）</li> <li>●ソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業</li> </ul>	
<b>役員構成</b>	代表取締役 取締役(運営マーケティング担当) 取締役(財務担当) 取締役(システム担当) 常勤監査役 社外監査役 社外監査役	岡本洋明 久野貴嗣 鈴木智也 桐原幸彦 粕谷達也 内山和久(公認会計士) 次廣秀成(株式会社アジアビジネスコンサルティング)
<b>設立</b>	2002年1月18日	
<b>資本金</b>	624,387千円 (2016年5月31日現在)	
<b>発行株数</b>	8,246,040株 (2016年6月16日現在)	
<b>従業員数</b>	60名(パート・アルバイト含む) (2016年5月31日現在) 平均社員給与3,330千円 (2015年10月末実績値)	

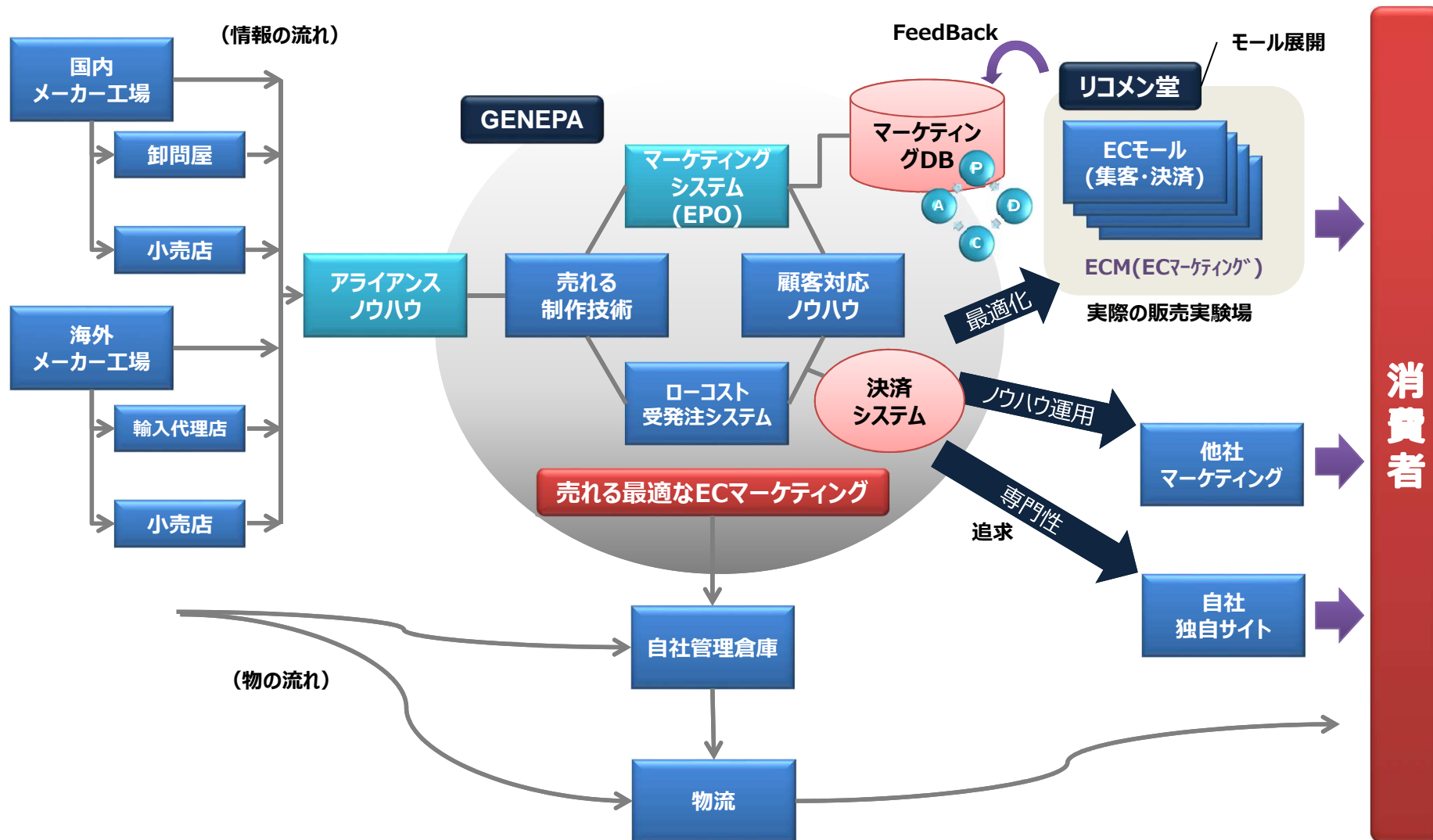
## インターネット上で売れる仕組みを創る会社



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

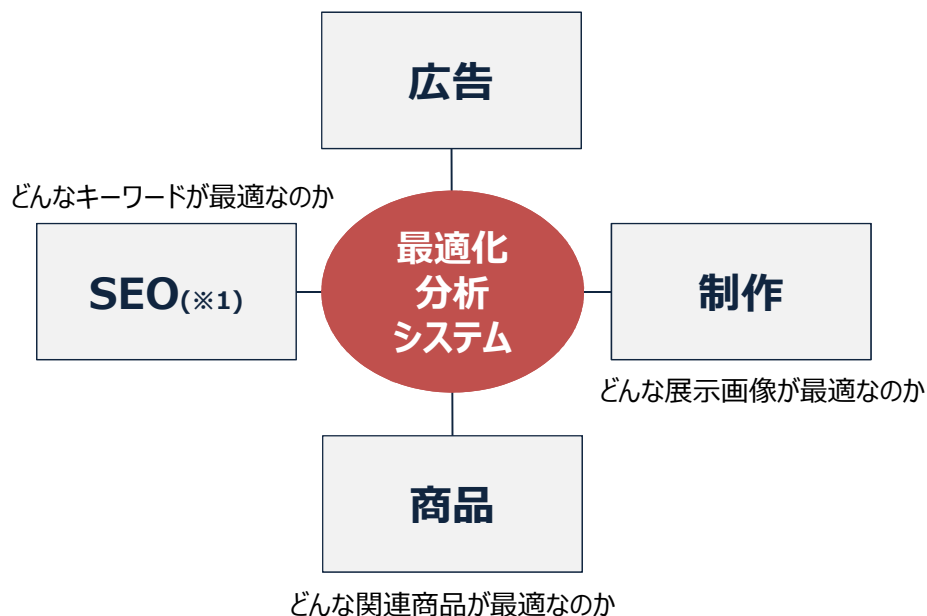


## 「EPO(EC Platform Optimization)」

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

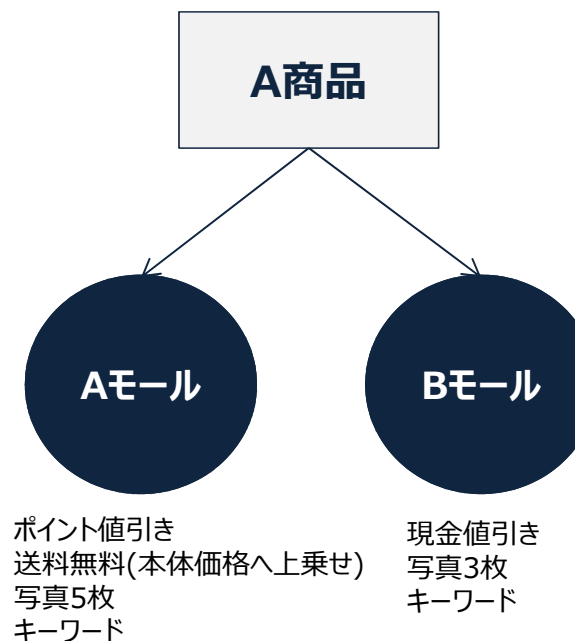
### EPOの概念

価格訴求は現金値引きかポイント付与かどちらが有効か



- 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



## 『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

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/>