



GENERATION PASS

株式会社ジェネレーションパス（東証マザーズ：3195）

2019年10月期 第2四半期 投資家説明会

目次

CONTENTS

- 2019年10月期 第2四半期 業績サマリー
- 2019年10月期 第2四半期 ハイライト
- 2019年10月期 第2四半期 連結業績の概要
- 2019年10月期 第2四半期 セグメント業績及び連結B/Sの概要
- ページビュー数と受注件数
- 出店数の推移
- パートナー企業数・取扱商品数の推移
- 2019年10月期 第2四半期以降の展望
- 2019年10月期 重点施策
- トピック① コミットメントライン契約の締結に関するお知らせ
- トピック② ベトナム子会社設立に関するお知らせ
- トピック③ 新規EC事業 ネット通販「Kaema（カエマ）」グランドオープン
- 会社概要
- 問い合わせについて

事業概況

連結売上高
4,629 百万円
 (前年同期比 7.2% 増)

営業利益
13 百万円
 (前年同期は赤字)

ECマーケティング事業においては、
 新規EC事業に対する投資を加速。
 商品企画関連事業については
 中国子会社連結に伴い売上増加。

ECマーケティング事業

連結売上高 3,600 百万円(前年同期比 1.9% 増)
 セグメント利益 77 百万円(前年同期比 7.7% 増)
 出店店舗数 63 店舗(前期末より 10 店舗 減)
 PV数 68,389 千PV(前年同期比 1.27 倍)
 注文件数 492,742 件(前年同期比 0.89 倍)
 仕入先数 658 社(前期末より 11 社増)
 商品数 1,708,054 点(前期末より 195,495 増)

商品企画関連事業

連結売上高 1,010 百万円(前年同期比 86.5% 増)
 セグメント利益 58 百万円(前年同期比 36.9% 増)

2018年11月	アクトインテリア株式会社、及びITEA株式会社の異動(株式譲渡)
2018年12月	自社ブランド家電「Simplus」(シンプラス)よりオーブントースター、DVDプレーヤー内蔵24型地上デジタルフルハイビジョン液晶テレビ、ヘアアイロン、業務用シュレッダー、一人用ホットマット、軽量スーツケースを新発売
2019年01月	定時株主総会を開催
2019年02月	楽天市場2018年度「ショップ・オブ・ジ・エリア2018」を受賞
2019年04月	Wowma! 「ベストショップアワード2018 インテリア・寝具カテゴリ大賞」を受賞
2019年04月	「家電批評2019年5月号」にSimplus(シンプラス)の冷蔵庫が掲載
2019年06月	コミットメントライン契約の締結
2019年06月	ベトナム子会社設立の決定
2019年07月	新規店舗Kaema(カエマ)のグランドオープン

連結経営成績

(単位：百万円)

	18/4 期 実績	売上 構成比	19/4 期 実績	売上 構成比	前期比	対売上 構成比	19/10 期 計画値	計画値売上 構成比	達成率
純売上高	4,316	100.0%	4,629	100.0%	7.2%	0.0%	--	--%	--%
純仕入高	3,054	70.8%	3,380	73.0%	10.7%	2.3%	--	--%	--%
売上総利益	1,261	29.2%	1,248	27.0%	△1.1%	△2.3%	--	--%	--%
販管費	1,274	29.5%	1,234	26.7%	△3.1%	△2.8%	--	--%	--%
営業利益	△12	△0.3%	13	0.3%	--%	0.6%	--	--%	--%
経常利益	△12	△0.3%	19	0.4%	--%	0.7%	--	--%	--%
当期純利益	△14	△0.3%	4	0.1%	--%	0.4%	--	--%	--%

[営業利益の増減分析コメント](#)

ECマーケティング事業では配送コストの継続的な上昇分を売上と利益のバランスを取りながら販売価格に転嫁し利益を確保。商品企画関連事業では中国子会社の連結の影響により売上は増加したが売上総利益率は低下。

販管費内訳

(単位：百万円)

	18/4期 実績	対売上高比	19/4期 実績	対売上高比	前期比 対売上高比	増減要因
人件費	192	4.5%	196	4.3%	△0.2%	中国子会社の連結の影響により微減
荷造包装費	393	9.1%	423	9.2%	0.0%	倉庫管理及び商品別の送料管理の強化施策を行いコスト増加分を吸収
広告宣伝費	121	2.8%	57	1.2%	△1.6%	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	106	2.5%	104	2.3%	△0.2%	ポイント付与分。付与割合を調整し削減
ロイヤリティ	148	3.4%	130	2.8%	△0.6%	ロイヤリティが計上されない商品企画関連事業での売上増大に伴い比率減少
その他	311	7.2%	321	6.9%	△0.3%	M&Aや提携、新規事業の関連費用支出の影響により増加
合計	1,274	29.5%	1,234	26.7%	△2.8%	

セグメント情報

【前期比較】

(単位：百万円)

		18/4期	19/4期
ECマーケティング事業	売上高	3,533	3,600
	セグメント利益	72	77
商品企画関連事業	売上高	542	1,010
	セグメント利益	42	58
アクトグループ事業(※)	売上高	199	--
	セグメント利益	0	--
その他	売上高	44	17
	セグメント利益	1	10

【四半期推移】

(単位：百万円)

19/1期	19/4期	19/7期	19/10期
1,860	1,740	--	--
48	29	--	--
565	444	--	--
31	26	--	--
--	--	--	--
--	--	--	--
3	14	--	--
2	7	--	--

※2019年10月期に関してはアクトグループ事業は連結除外になったため、数値は表示していません。

連結財政状態

(単位：百万円)

	18/10 期	19/4 期
流動資産	2,859	2,670
うち、現預金	701	652
うち、受取手形及び売掛金	992	690
うち、商品及び製品	967	1,139
固定資産	425	308
有形固定資産	75	33
無形固定資産	253	219
投資その他資産	96	55
資産合計	3,285	2,978

(単位：百万円)

	18/10 期	19/4 期
流動負債	1,464	1,335
うち、支払手形及び買掛金	572	552
うち、未払金	213	227
うち、借入金	524	460
固定負債	167	22
負債合計	1,632	1,358
純資産合計	1,653	1,620
負債・純資産合計	3,285	2,978

年間推移

(単位：件数)

(単位：千PV)



パートナー企業数

(単位：社)



商品数

(単位：点)



EC マーケティング 事業

- ・ 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メディア事業の伸長、及び他社からの受託案件であるECサポート事業を強化
- ・ 新規EC事業の開始に伴う売上高及び利益額の増大
- ・ 物流面では、新規物流企業との提携や増設の推進、倉庫・配送業務の分散化による総量規制の回避及びコスト抑制
- ・ 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
- ・ ECサポート事業の強化として、子会社化した株式会社カンナート(以下：「カンナート社」)を中心に事業を推進

商品企画 関連事業

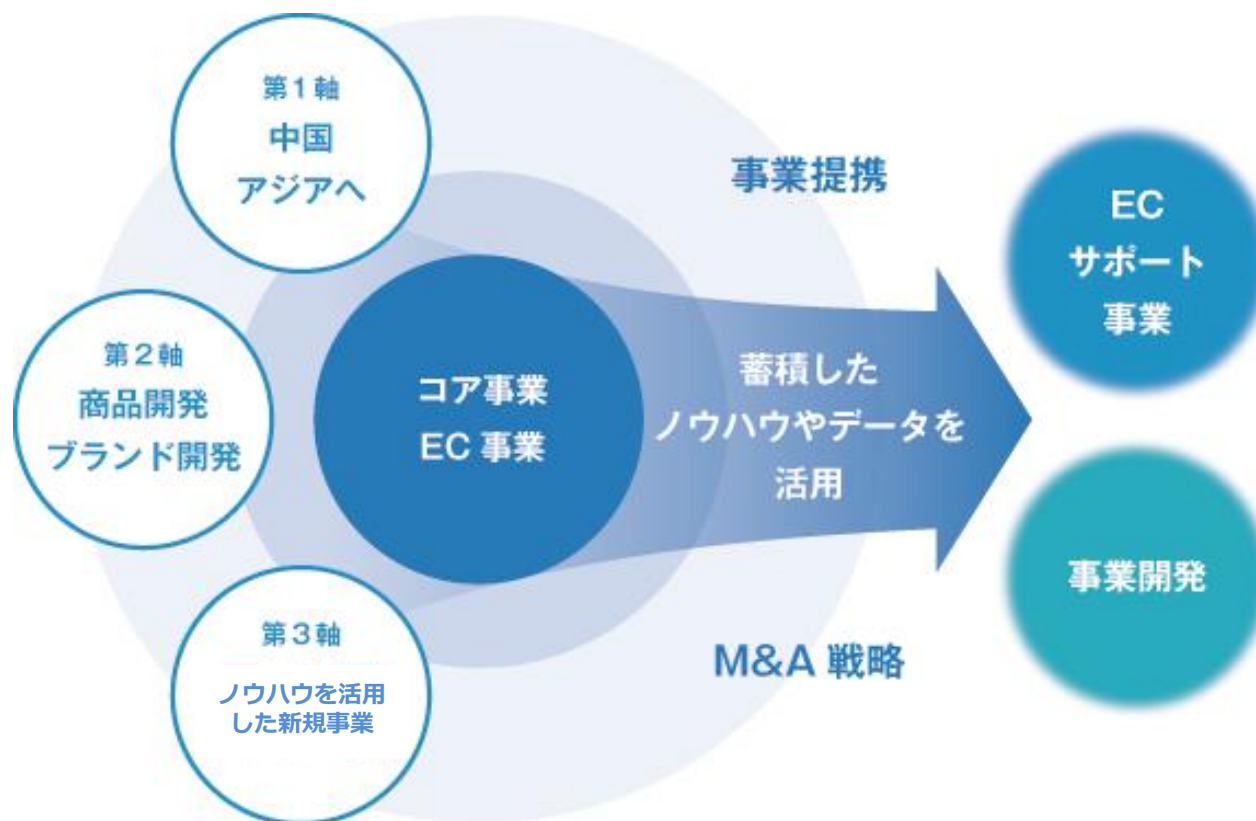
- ・ 新規商材の開発及び取引社数の増加による売上・利益の拡大
- ・ 取引先及び受注数増大に伴いベトナムでの新会社設立及び自社工場の早期稼働を目指す
- ・ 新綻紡社における新規大型取引の受注開始による売上積み増し

アクトグループ 事業

- ・ 「選択と集中」のため、2018年11月30日付で当社連結グループより除外

『メタECカンパニー』のさらなる進展に向けて、1+3軸で成長 量・質の両面で更なる拡大を目指す

- ・会員組織をもつ企業と、当社のビックデータや分析力等のECノウハウを共有することによりシェアの拡大を行う
- ・国内ECを主軸としながらも、ECに関連して海外展開・自社商品開発そして非物販事業（メディア・新規EC）などへ、M&Aを用いながら多面的な拡大を行う
- ・EC事業で培ったノウハウやマーケティングデータを活用して、ECサポート事業及び新規事業開発を加速させる



①地理的展開

越境ECに加え、垂直展開も含めてさらに推進

- 上海経済特区を活用した越境ECから、新たな提携先の開拓による事業の継続的な推進
- 中国本土への進出拠点として青島の「新綻紡貿易有限公司」への資本参加(77.8%の出資)により、地理的展開と垂直展開を同時に推進
- 新たな拠点としてベトナムでの子会社設立(予定)

②バーチカル展開

新規商品開発・ブランド開発を展開

- 新規商品開発において、商材および生産/販売パートナーの拡大
- 自社ブランド「Simplus」商品開発（家電・家電以外の商品）
- 中国子会社及びベトナム子会社を活用し、採算性の高い商材の開発を推進

s!mplus

③水平展開（メディア事業・新規EC事業）

- メディア事業の第一弾「イエコレクション（<https://iecolle.com/>）」
- 新規EC事業の第1弾「Kaema(カエマ)（<https://www.kaema.jp/>）」



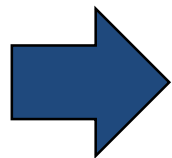
1. コミットメントライン契約の締結の目的

- ・既存事業の成長に伴う資金
- ・新規EC事業への戦略的投資に関する資金
- ・M&Aに関する資金
- ・その他運転資金

コミットメントライン契約の締結により、機動的な資金調達を可能とすることで、成長に伴い発生が見込まれる必要資金を確保すると共に、事業拡大の推進等の際の手元資金をまかない、財務的基盤のより一層の安定を図ることを目的

2. コミットメントライン契約の概要

- | | | |
|-------------|---|-----------|
| (1) 融資枠設定金額 | : | 10億円 |
| (2) 契約締結日 | : | 2019年6月7日 |
| (3) 契約期間 | : | 締結日より1年間 |
| (4) 契約締結先 | : | 金融機関1行 |
| (5) 担保の有無 | : | 無担保・無保証 |



迅速かつ確実な資金調達ニーズへの対応が可能に！

(ご参考)

コミットメントラインとは、予め設定された契約金額とコミットメント期間の範囲内で、融資の実行が契約金融機関によって確約（コミット）された融資枠のことであり、本契約を締結することにより、必要な資金を必要な時期に融資枠の範囲内で契約金融機関から機動的に調達することができることとなります。よって、資金調達の不確実性を排除し、成長戦略を推進できるとともに、財務の安定性向上につながると考えております。

1. ベトナム子会社設立の目的

ベトナムに直接運営する工場を保有することで、企画から製造まで行うことが可能になり、利益率のさらなる向上・効率化・安定化を図る

→ベトナムでの設立理由

- ・豊富な労働力
- ・インフラ及び、投資優遇策等を背景とした生産拠点としての強み
- ・日本を含む、北米・東南アジア等への供給面における優位性の確保

2. 子会社の概要

- | | | |
|-----------|---|---------------------------------|
| (1) 名称 | : | Genepa Vietnam Co.,Ltd. (予定) |
| (2) 所在地 | : | ベトナム社会主義共和国 ビンズン省 |
| (3) 代表者 | : | 金森 陽太郎 (当社商品企画部部長) (予定) |
| (4) 事業内容 | : | 原材料の輸入及び製品の輸出、木工製品の企画、製造、組立、検品等 |
| (5) 資本金 | : | 500,000USドル (約53百万円) (予定) |
| (6) 設立年月日 | : | 2019年9月1日 (予定) |
| (7) 出資比率 | : | 当社100% |
| (8) 決算期 | : | 9月 (予定) |
| (9) 総投資額 | : | 4億円(資本金含む、設備投資等)(予定) |

3. 2019年9月上旬から自社工場稼働開始予定

- ・ビンズン省にある工業団地にて契約予定
- ・子会社設立と並行して工場の立ち上げを開始し、2019年9月上旬には稼働開始予定
- ・工場稼働後1年間で現状7億円の受注を予定し、今後も増加見込み

1. Kaema（カエマ）について

- ・2018年7月20日のユニー・ファミリーマートHD株式会社との業務提携契約に基づき開発を進めていた新規EC店舗「Kaema（カエマ）」が2019年7月1日(月)にグランドオープン
- ・第1弾として生活に寄り添った商品55万点を掲載
- ・株式会社ファミリーマートが新たに展開するバーコード決済付きスマートフォンアプリ「ファミペイ」と連携したネット通販サイトURL Kaema（カエマ）：<https://www.kaema.jp>

2. Kaema（カエマ）の特徴

- ・FamiPay支払いでほとんどの商品が割引
- ・季節の特集やコラムが充実
- ・ファミリーマート店舗と連動したKaema（カエマ）限定キャンペーンの実施

※詳細は2019年6月27日発表のNews Releaseを参照ください

3. 初年度売上目標及び今後の展望

- ・スタートから1年間でテスト期間として初年度100億円程度の売上を目指す
- ・第1弾は当社商材55万点でスタートし、今後大手小売店を中心とした企業の参画によりKaema（カエマ）をモール化していくことを検討
- ・カンナート社のノウハウを活用してKaema（カエマ）の成長を加速

FamiPay ボーナスを貯めて
Kaema と  **FamilyMart** でお買い物!

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	ECマーケティング事業	EC事業	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	ECコンサルティング EC機能(撮影、ページ制作、マーケティング、広告、ブランディング、プロモーション)の提供 EC開発受託・運営支援
	商品企画関連事業	新規商品の提案、共同開発	
	その他事業	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	
役員構成	代表取締役	岡本洋明	
	取締役(EC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	
	社外取締役	遠藤寛	
	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	625,997千円 (2019年4月30日現在)		
発行株数	8,264,440株 (2019年4月30日現在)		
従業員数	国内グループ従業員数150名 単体従業員数90名(パート・アルバイト含む) (2019年4月30日現在)		



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://www.genepa.com/inquiry/>