



GENERATION PASS

株式会社ジェネレーションパス（東証マザーズ：3195）

2021年10月期 第2四半期 投資家説明会

目次

CONTENTS

- 2021年10月期 第2四半期 業績サマリー
- 2021年10月期 第2四半期 ハイライト
- 2021年10月期 第2四半期 連結業績の概要
- 2021年10月期 第2四半期 セグメント業績の概要
- 2021年10月期 第2四半期 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
- 2021年10月期第2四半期トピック
- 会社概要
- 問い合わせについて

事業概況

- ECマーケティング事業においては、前年より引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大によりEC需要、巣ごもり需要の増加により**過去最高売上高達成**
- 商品企画関連事業においては、国内外の全ての拠点で新型コロナウイルス感染症及び相次ぐ緊急事態宣言の影響を受け、納期の遅延や原材料価格の高騰による利益低下要因が発生したこと等により前年同期を下回る水準で推移

連結全体としては、当第2四半期連結会計期間において

連結売上高(3,400百万円)

過去最高を達成！！

ECマーケティング事業

売上高 5,306 百万円(前年同期比 14.0% 増)
 セグメント利益 143 百万円(前年同期比 17.8% 減)
 出店店舗数 66 店舗(前期末より増減なし)
 PV数 60,117 千PV(前年同期比 0.81 倍)
 注文件数 779,360 件(前年同期比 1.21 倍)
 仕入先数 794 社(前期末より 43 社増)
 商品数 1,792,695 点(前期末より 41,250点 増)

第2四半期 累計連結売上高

6,400 百万円

(前年同期比 11.0% 増)

第2四半期 累計連結営業損失

4 百万円

(前年同四半期は営業利益67百万円)

商品企画関連事業

売上高 1,019 百万円(前年同期比 2.6% 減)
 セグメント損失 36 百万円(前年同期は 3 百万円の利益)

2020年12月	公認会計士等の異動に関するお知らせ
2021年01月	定時株主総会開催
2021年02月	第2回・第3回新株予約権の取得及び消却に関するお知らせ
2021年02月	楽天市場2020年度「ショップ・オブ・ジ・エリア2020」を受賞
2021年03月	PayPayモール2020年度 年間ベストストア「生活総合通販賞」を受賞
2021年03月	TBS系『林先生の初耳学』にて、「Simplus（シンプラス）」の家電が紹介
2021年03月	羽田市場株式会社との業務提携に関する基本合意書締結のお知らせ

連結経営成績

(単位：百万円)

	20/4期 実績	売上 構成比	21/4期 実績	売上 構成比	前期比	対売上 構成比	21/10期 計画値	計画値売上 構成比	達成率
純売上高	5,768	100.0%	6,400	100.0%	+11.0%	--	--	--	--
純仕入高	4,180	72.5%	4,637	72.5%	+10.9%	△0.0%	--	--	--
売上総利益	1,588	27.5%	1,763	27.5%	+11.0%	0.0%	--	--	--
販管費	1,521	26.4%	1,767	27.6%	+16.1%	+1.2%	--	--	--
営業利益	67	1.2%	△4	△0.1%	--	△1.2%	--	--	--
経常利益	56	1.0%	42	0.7%	△24.9%	△0.3%	--	--	--
四半期純利益	23	0.4%	12	0.2%	△50.0%	△0.2%	--	--	--

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EC需要・巣ごもり需要の増加により営業利益は獲得したものの、ECサポート事業において前期に利益率の高い大型案件が計上されたことが主因となり、前年同期を下回る水準で推移。商品企画関連事業では、新型コロナウイルス感染症の影響により、メイン販売先による納期調整の他、全世界的な原材料及び物流費用の高騰によるコストの増加等が主因となり、前年同期を下回る水準で推移。特に、ジェネパベトナム社では、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、輸送用コンテナの確保が出来ない状況及び原材料価格の高騰による材料調達が困難になる等、売上及び利益ともに低調な推移となった。

販管費内訳

(単位：百万円)

	20/4 期 実績	対売上高比	21/4 期 実績	対売上高比	前期比 対売上高比	増減要因
人件費	212	3.7%	217	3.4%	△0.3%	システム化の推進により微減
荷造包装費	572	9.9%	720	11.3%	1.3%	連結売上高に占めるECマーケティング事業の売上比率の上昇に伴う増加
広告宣伝費	55	1.0%	68	1.1%	0.1%	マーケティングデータを活用し、外部広告費を抑制しているがセール対策等で微増
販売促進費	130	2.3%	138	2.2%	△0.1%	ポイント付与分。付与割合は前年同期と同等
ロイヤリティ	177	3.1%	212	3.3%	0.2%	連結売上高に占めるECマーケティング事業の売上比率が高まったことに伴う上昇
その他	373	6.5%	409	6.4%	△0.1%	前年同期と同水準で着地
合計	1,521	26.4%	1,767	27.6%	1.2%	

セグメント情報

【前期比較】

(単位：百万円)

		20/4期	21/4期
ECマーケティング事業	売上高	4,654	5,306
	セグメント利益	174	143
商品企画関連事業	売上高	1,046	1,019
	セグメント利益	3	△36
その他	売上高	68	80
	セグメント利益	20	23

【四半期推移】

(単位：百万円)

	21/1期	21/4期	21/7期	21/10期
	2,625	2,681	--	--
	63	80	--	--
	452	567	--	--
	△32	△4	--	--
	15	65	--	--
	1	22	--	--

対前年増減率及び主要増減理由

- ECマーケティング事業 売上高 前年同期比 14.0% 増 セグメント利益 前年同期比 17.8% 減 利益率が高めのECサポート事業が不調
- 商品企画関連事業 売上高 前年同期比 2.6% 減 セグメント利益 前年同期は3百万円の利益 新型コロナウイルス感染症の影響による主要製品の納期調整により不調
- その他 売上高 前年同期比 17.8% 増 セグメント利益 前年同期比 14.3% 増 メディア事業の伸長及びシステム案件売上の計上

連結財政状態

(単位：百万円)

	20/10期	21/4期
流動資産	3,294	3,616
うち、現預金	1,271	1,120
うち、受取手形及び売掛金	803	1,191
うち、商品及び製品	969	916
固定資産	413	408
有形固定資産	178	192
無形固定資産	181	171
投資その他資産	54	44
資産合計	3,707	4,024

(単位：百万円)

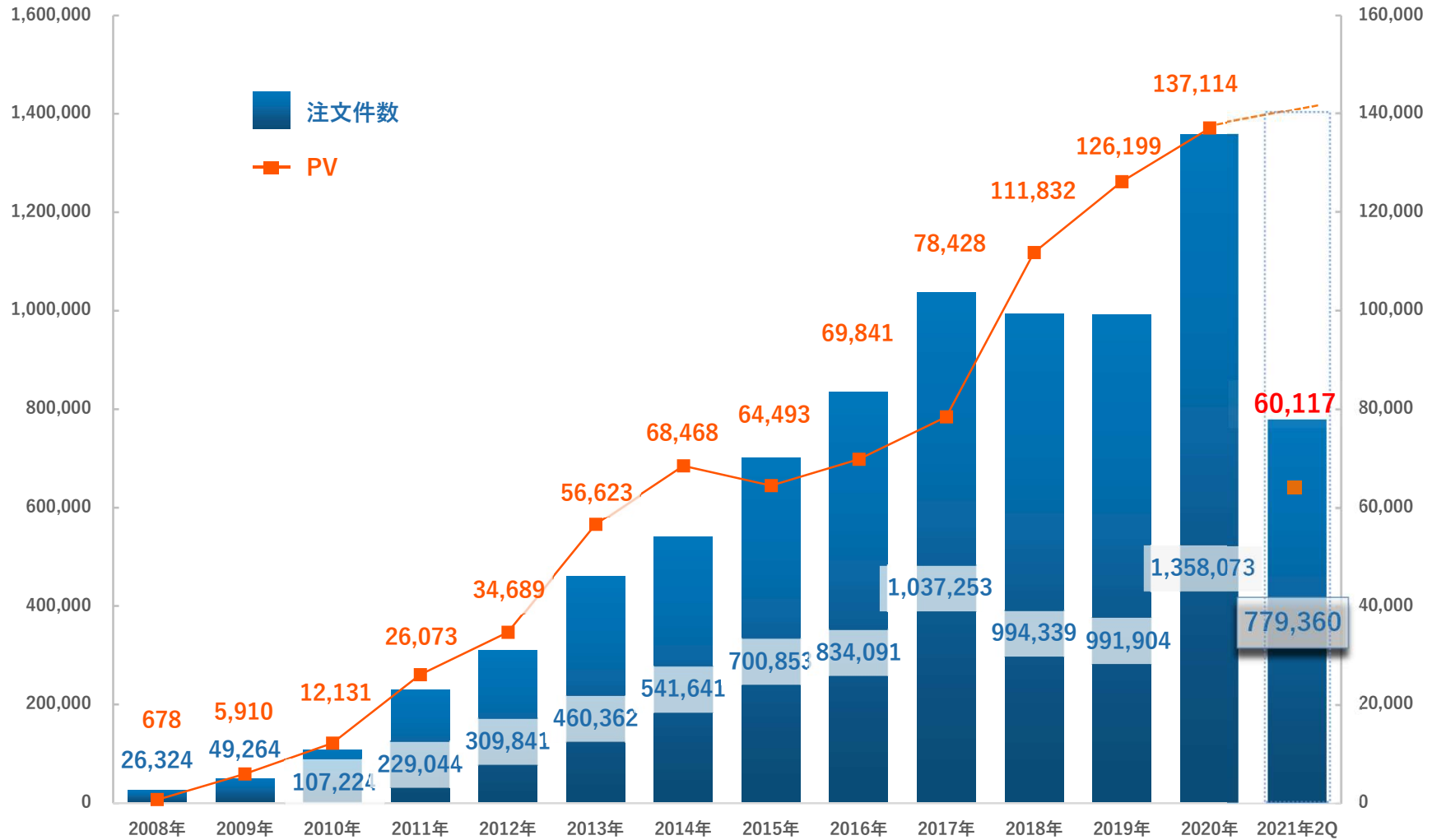
	20/10期	21/4期
流動負債	1,694	2,035
うち、支払手形及び買掛金	717	964
うち、未払金	315	308
うち、借入金	260	510
固定負債	286	230
負債合計	1,981	2,265
純資産合計	1,726	1,759
負債・純資産合計	3,707	4,024

※在庫管理及び滞留在庫削減を徹底した結果により商品及び製品が52百万円減少、取引高の増加により受取手形及び売掛金が388百万円増加、機械装置及び運搬具が27百万円増加したこと等により有形固定資産が14百万円増加。季節変動により支払手形及び買掛金が247百万円増加、ジェネパベトナム社の運転資金のための追加借入により短期借入金250百万円増加。

年間推移

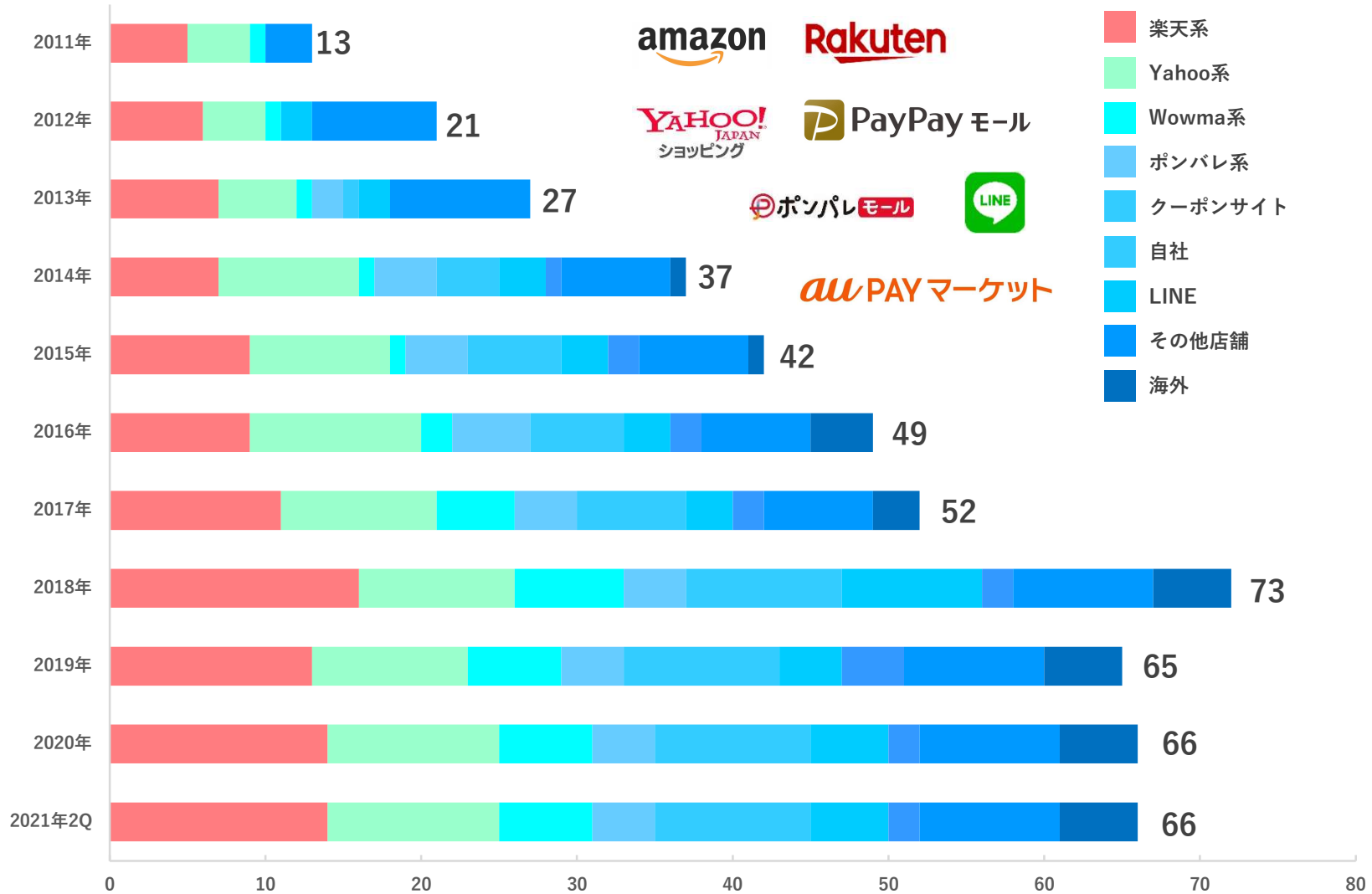
(単位：件数)

(単位：千PV)



※ PV数は及び受注件数は順調に増加。2018年及び2019年は配送料の値上げ等により、
 収支の合わない商材の取り扱いを一部見直したことにより注文件数は微減となっている。

出店数の推移



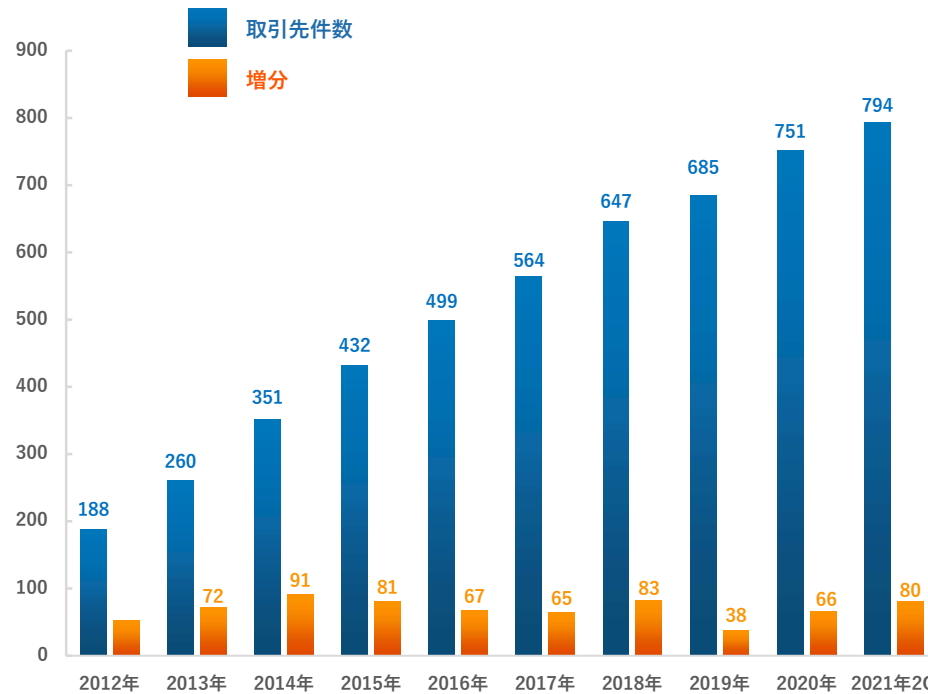
※ 2015年までは12月末時点、2016年は10月末時点

※ 2019年第1四半期に連結子会社4社が連結の範囲より外れたことにより店舗数が14店舗減少。2020年10月期までに7店舗増加

※ 2021年10月期第2四半期では増減なし。

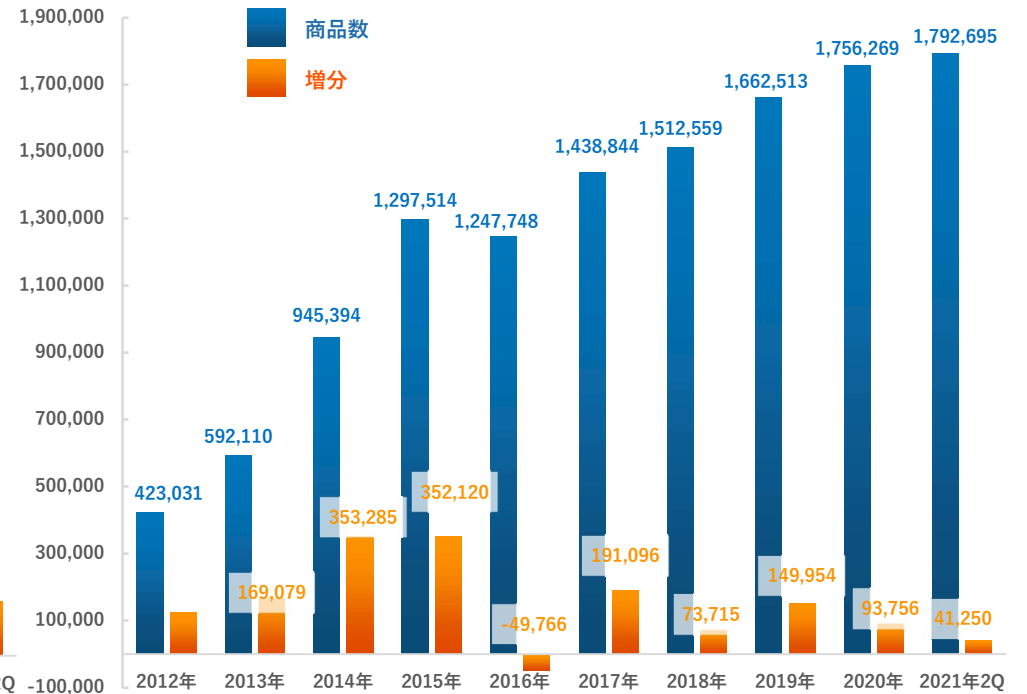
パートナー企業数

(単位：社)




取扱商品数

(単位：点)



※ パートナー企業数及び取扱商品数は堅調に推移している



2021年10月期第2四半期トピック

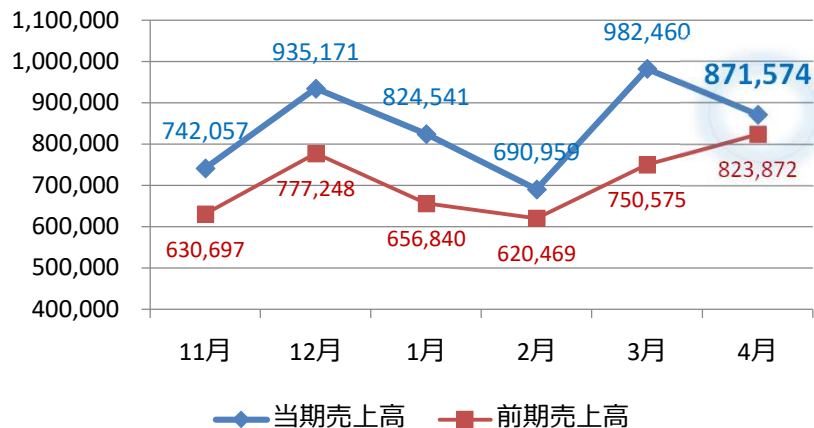
ECマーケティング事業は好調に推移

2020年11月～2021年4月にかけては新型コロナウイルス感染症の影響を背景としたEC市場の拡大を受けて、従来からの主力商品である新しい生活様式に向けたインテリア関係に加え、家電、生活雑貨等の売上が好調。2020年特需の要因となった「特別定額給付金」や「キャッシュレス・ポイント還元事業」の影響で伸び率は若干鈍化しているが、半期で18.5%増と昨年を上回る水準で推移。

ECサポート事業については、当社子会社カンナートにおいて大型案件の納品が下期に集中していること、及び新たな事業分野拡大のための投資が先行していることから2021年10月期第2四半期では大きな利益貢献は無いものの、下期以降に成果が出てくる見込み。なお、Kaema事業では引き続き株式会社ファミリーマートと連携して推し進めていく方針。

売上高(単体)推移

(単位：千円)



ECサポート案件の規模別システム納品状況の推移

	2019年10月期	2020年10月期	2021年4月期
	件数	件数	件数
10,000千円以上	2	8	3
5,000千円以上 10,000千円未満	11	6	7
2,000千円以上 5,000千円未満	35	26	12

商品企画関連事業は、新型コロナウイルス感染症や緊急事態宣言の影響により、納期の遅延や、原材料価格高騰等によるコストの高まりを受け、減収減益

【国内】

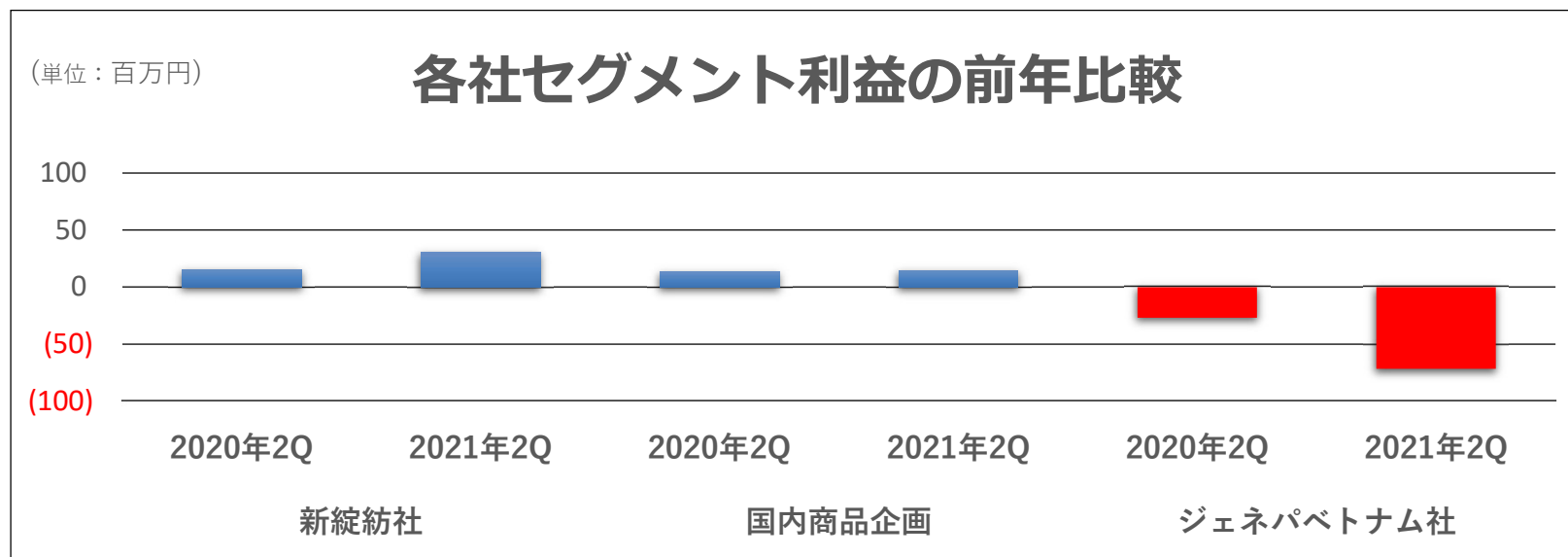
新型コロナウイルス感染症の影響で、当社納品先における実店舗の売上が低調に推移しており、納期調整の要請により納品遅延が発生。また、既存商品の原材料や海外からの物流費用が高騰したものの、利益額は概ね前年同期と同水準での着地。

【中国※】

新綻紡社については、売上はオーガニック定番商品等が堅調に推移しており増収傾向を維持、利益額も増加。

【ベトナム※】

工場立ち上げは概ね完了しているものの、海外向け商談の中断、原材料価格及び物流価格の高騰によるコスト増加、納期調整等の影響で、当初想定されていた操業度に見合う生産及び出荷が行えなかったことにより費用先行し売上、利益ともに想定より未達。また、渡航制限に伴う本社からの直接支援も行えておらず、生産効率化の進捗も遅延。



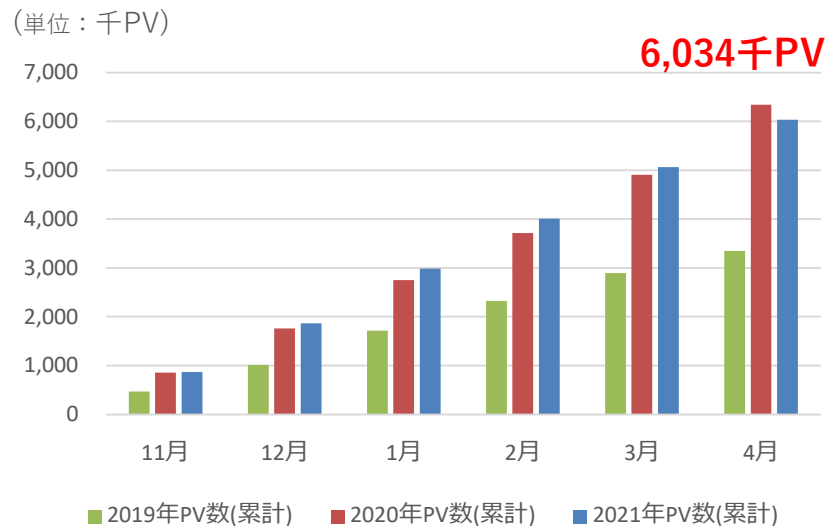
※中国子会社とベトナム子会社の決算は1カ月遅れで連結取込

メディア事業のPV数は前年割れしたものの、流通総額は好調に推移

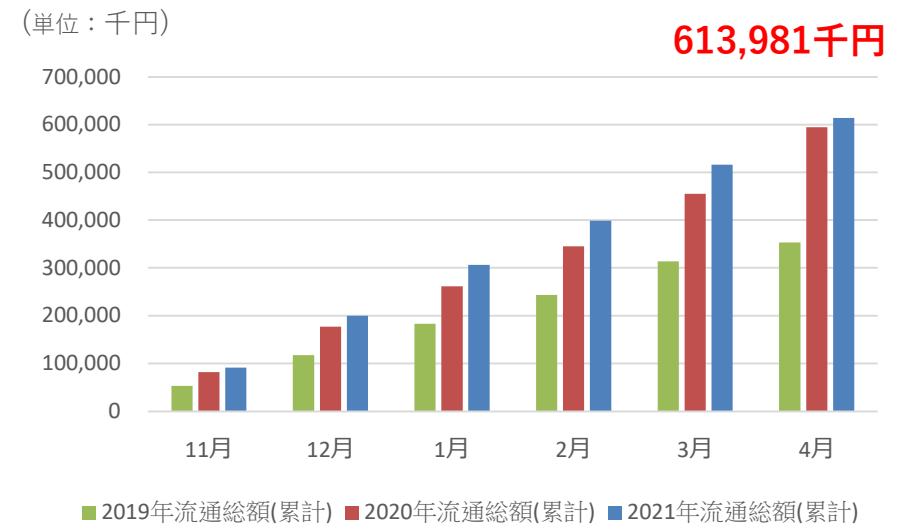
ECマーケティング事業と同様、2021年4月期はイエコレクション(IECOLLE)(<https://iecolle.com/>)においてPV数については**6,034千PVで推移**(PV数は前年比95%)、主な減少理由は、前年同期において新型コロナウイルス感染症の影響に伴う特需があったことによるもの。

流通総額については**613,981千円と好調に推移**(流通総額は前年比103%)

PV数推移 (累計)



流通総額 (累計)





1. 業務提携の理由

- ・羽田市場社の生鮮品仕入ルート及び物流網の活用
- ・生鮮品購買データの分析

2. 業務提携における基本合意の内容

- ・「羽田市場」ブランドによるECモール上での多店舗展開
- ・羽田市場社が運営する自社ECサイト「【公式】羽田市場【漁師さん応援プロジェクト】(<https://hanedaichiba.buyshop.jp/>)」の認知度向上及び取扱高増加施策の実行
- ・収集されるマーケティングデータの共有及び同データを基にした仕入戦略、販売戦略の立案及び機動的な実行

→新型コロナ下で新規の購入者および購入頻度がもっとも上昇した生鮮食品分野での売上の拡大を狙う

3. スケジュール

- ・契約締結日 2021年3月30日
- ・事業開始日 2021年4月1日

→現在当社でのテスト販売を通じて商品構成や販売戦略の立案中。下半期以降本格稼働予定

4. 羽田市場株式会社

・羽田市場は高い衛生基準をクリアした鮮魚センターを保有し、鮮度にこだわった独自の海産物の仕入れ流通ルートを基盤に漁師や卸業者支援の側面から高品質な生鮮食品を消費者へ販売する事業を展開している。



1. Shopify Experts（ショッピングファイエキスパート）に認定

- Shopify（ショッピングファイ）は世界175カ国で170万以上のネットショップが日々運営されているマルチチャネルコマースプラットフォーム。
- カンナートがShopify Inc.（本社：カナダ）の日本法人Shopify Japan 株式会社が行っているShopify公式パートナープログラムの「Shopify Experts（ショッピングファイエキスパート）」に認定。
- 日本国内でもShopifyを使ったECサイトの構築のニーズは高まっており、カンナートではこの認定を契機にそのニーズを同社に取り込む。

2. IT導入支援事業者の認定

- IT導入補助金は中小企業や小規模事業者等の生産性の向上に資するITツール（ソフトウェア、サービス等）導入の経費の一部を補助する経産省（中小企業庁）の補助金制度。
- カンナートが経産省（中小企業庁）の令和元年度補正 サービス等生産性向上IT導入支援事業、令和2年度第三次補正 サービス等生産性向上IT導入支援事業であるIT導入補助金2021の導入支援事業者に採択。
- カンナートがITツールの導入を支援した事業者は**最大で費用の3分の2、450万円が補助**される。
- 当制度を活用し、**下期においてEC構築の受注件数増加を見込む。**



▶2021年10月期の業績予想について

新型コロナウイルス感染症による影響は、非常に不透明かつ不確実なものであり、EC需要・巣ごもり需要の高まりはさらに見込まれる一方で、同感染症の動向次第ではEC需要・巣ごもり需要の反動も想定されることから、現時点において合理的に算定することが困難である為、今後の動向を見極め、業績予想の開示が可能になった時点で速やかに公表します。

◆前期から引き続き取扱高の拡大とECサポートでの案件獲得を推進

ECマーケティング事業	売上面	<ul style="list-style-type: none"> ・国内及び海外はマーケティングデータの収集及び分析を行い売上高を拡大 ・新規EC事業の推進 新領域開拓のための業務提携やM&Aの活用 ・自社直営サイトの構築 ・自社ブランド商材の卸売販売の本格始動
	利益面	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫回転率の短縮を目的としたシステム改修 ・ECサポート事業での受託案件利益の拡大 ・物流面では、倉庫分散に加えシステム改修により商品の最適配置による配送費削減を開始 ・新規サービスの立上 ・マーケティングデータを利用したメディア事業の収益力向上(その他事業)

◆新規商材開発及び新設ベトナム工場の生産能力拡大及び受注活動を推進

商品企画 関連事業	<ul style="list-style-type: none"> ・国内：ECマーケティング事業で蓄積されたビッグデータを活用し、商品提案及び新規顧客開拓を加速させ、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 ・新綻紡：高付加価値商品の開発及び生産開始 ECマーケティング事業との共同開発製品の販売開始 ・GENEPA VIETNAM：ベトナムでの新規工場の正常稼働及び新規取引先の獲得、単月黒字化目標
--------------	--

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	627,117千円 (2021年4月30日現在)		
発行株数	8,277,240株 (2021年4月30日現在)		
従業員数	国内グループ従業員数133名 単体従業員数90名(パート・アルバイト含む) (2021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/>