



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 投資家説明会

2021年 12月 28日

目次

CONTENTS

- 2021年10月期 業績サマリー
- 2021年10月期 ハイライト
- 2021年10月期 連結業績の概要
- 2021年10月期 セグメント業績の概要
- 2021年10月期 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 トピック
- ジェネパグループの事業戦略
- 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、売上・利益ともに前年同期を大きく下回る水準で推移

連結全体としては、当連結会計期間において

連結売上高(13,224百万円)

過去最高売上を達成！！

ECマーケティング事業

売上高 10,865 百万円(前期比 9.7% 増)
 セグメント利益 360 百万円(前期比 15.2% 減)
 出店店舗数 67 店舗(前期末より 1 店舗増)
 PV数 138,084 千PV(前期比 1.01 倍)
 注文件数 1,600,509 件(前期比 1.18 倍)
 仕入先数 798 社(前期末より 47 社増)
 商品数 1,837,224 点(前期末より 80,955 点 増)

連結売上高

13,244 百万円

(前年同期比 5.0% 増)

連結営業利益

66 百万円

(前年同期比 72.7%減)

商品企画関連事業

売上高 2,265 百万円(前年同期比 13.1% 減)
 セグメント損失 32 百万円(前年同期は84百万円の利益)

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
2021年06月	2021年10月期第2四半期は過去最高売上高を達成
2021年09月	新市場区分「グロース市場」を選択する意向について決議

連結経営成績

(単位：百万円)

	20/10期 実績	売上 構成比(A)	21/10期 実績	売上 構成比(B)	前期比	対売上 構成比(B-A)
純売上高	12,597	100.0%	13,224	100.0%	5.0%	--
純仕入高	9,174	72.8%	9,555	72.3%	4.2%	△0.6%
売上総利益	3,423	27.2%	3,668	27.7%	7.2%	0.6%
販管費	3,178	25.2%	3,601	27.2%	13.3%	2.0%
営業利益	244	1.9%	66	0.5%	△72.7%	△1.4%
経常利益	220	1.7%	143	1.1%	△34.6%	△0.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	112	0.9%	△90	△0.7%	-	△1.6%

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・巣ごもり需要の獲得及びECサポート案件が好調に推移したことから売上高は増収となりましたが、前連結会計年度においてマスク等の大型特需があったこと、及び急激な円安による仕入価額の上昇を受け営業利益は前年同期比で微減となっています。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、特にベトナムにおいて工場の稼働制限による生産性の低下、及び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大幅に下回ることとなりました。

結果として、連結グループ全体では商品企画関連事業の大幅な減収の影響を受け営業利益は前年同期比72.7%減となりました。

※業績予想は非開示であったため、予想数値との対比は省略しております。

販管費内訳

(単位：百万円)

	20/10期 実績	売上 構成比(A)	21/10期 実績	売上 構成比(B)	対売上 構成比(B-A)	増減要因
人件費	477	3.8%	475	3.6%	△0.2%	システム化の推進により微減
荷造包装費	1,231	9.8%	1,482	11.2%	1.4%	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	110	0.9%	140	1.1%	0.2%	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	251	2.0%	278	2.1%	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	368	2.9%	429	3.2%	0.3%	連結売上高に占めるECマーケティング事業の売上比率が高まったことに伴う上昇
その他	739	5.9%	794	6.0%	0.1%	前年同期と同水準で着地
合計	3,178	25.2%	3,601	27.2%	2.0%	

セグメント情報

【前期比較】

(単位：百万円)

		20/10期	21/10期
ECマーケティング事業	売上高	9,901	10,865
	セグメント利益	424	360
商品企画関連事業	売上高	2,607	2,253
	セグメント利益	84	△32
その他	売上高	102	106
	セグメント利益	26	22

【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	2,766	2,792
	63	79	97	119
	452	566	768	477
	△32	△4	△6	11
	15	65	18	14
	1	22	△1	0

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 9.7% 増 セグメント利益 前年同期比 15.2% 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 13.1% 減 セグメント損失は32百万円（前年同期は84百万円の利益） 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 10.8% 増 セグメント利益 前年同期比 15.1% 減

連結財政状態

(単位：百万円)

	20/10期	21/10期
流動資産	3,294	3,340
うち、現預金	1,271	792
うち、受取手形及び売掛金	803	1,067
うち、商品及び製品	969	1,050
固定資産	413	258
有形固定資産	178	40
無形固定資産	181	161
投資その他資産	54	55
資産合計	3,707	3,598

(単位：百万円)

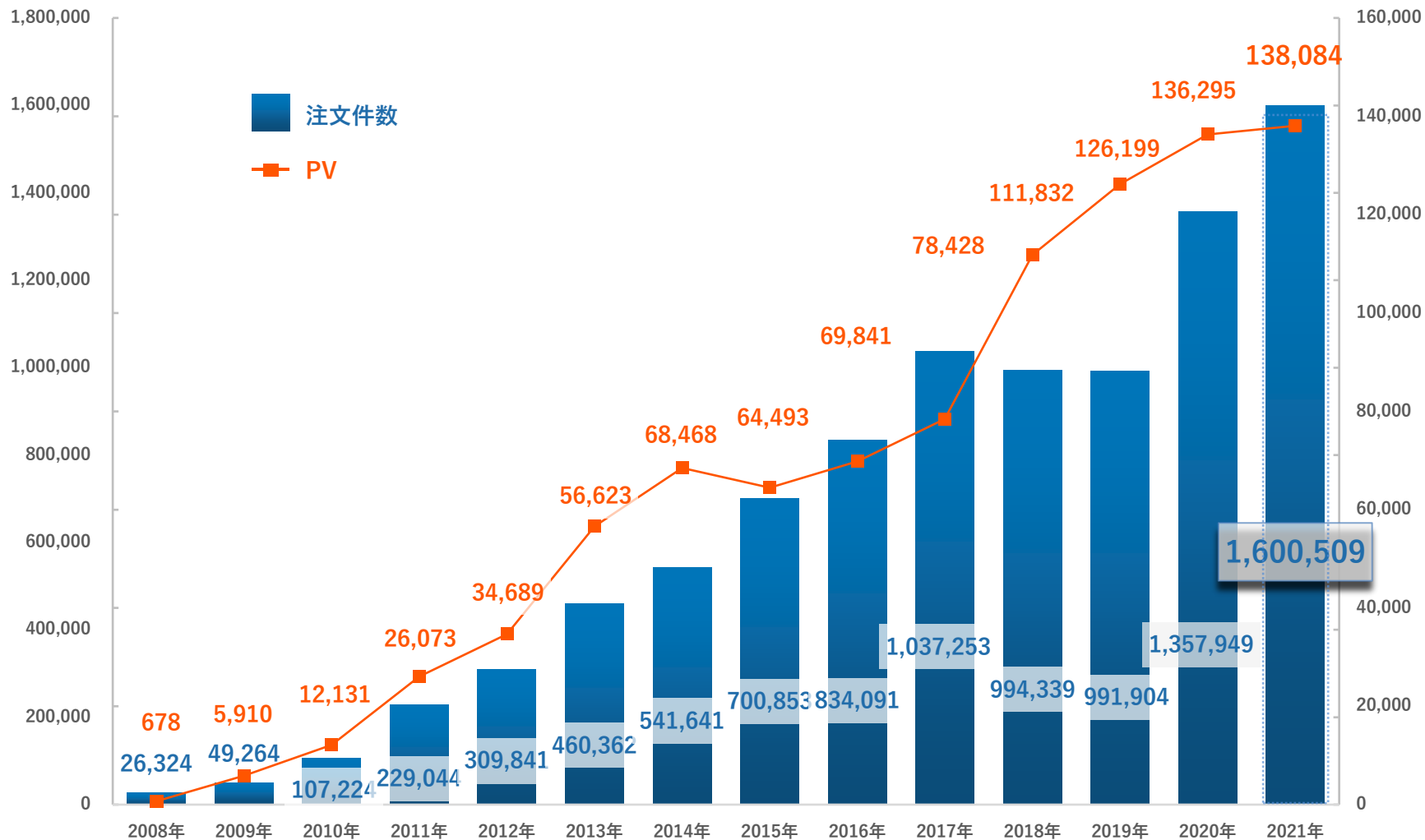
	20/10期	21/10期
流動負債	1,694	1,745
うち、支払手形及び買掛金	717	858
うち、未払金	315	300
うち、借入金	260	420
固定負債	286	190
負債合計	1,981	1,935
純資産合計	1,726	1,663
負債・純資産合計	3,707	3,598

※金融機関からの長期融資の返済により現金及び預金が479百万円減少、各モールにおける施策向けの在庫確保により商品及び製品が81百万円増加、取引高の増加により受取手形及び売掛金が264百万円増加、ジェネパベトナム社において減損損失を計上したこと等により機械装置及び運搬具が104百万円、季節変動により支払手形及び買掛金が141百万円増加、長期融資の返済により長期借入金が90百万円減少。

年間推移

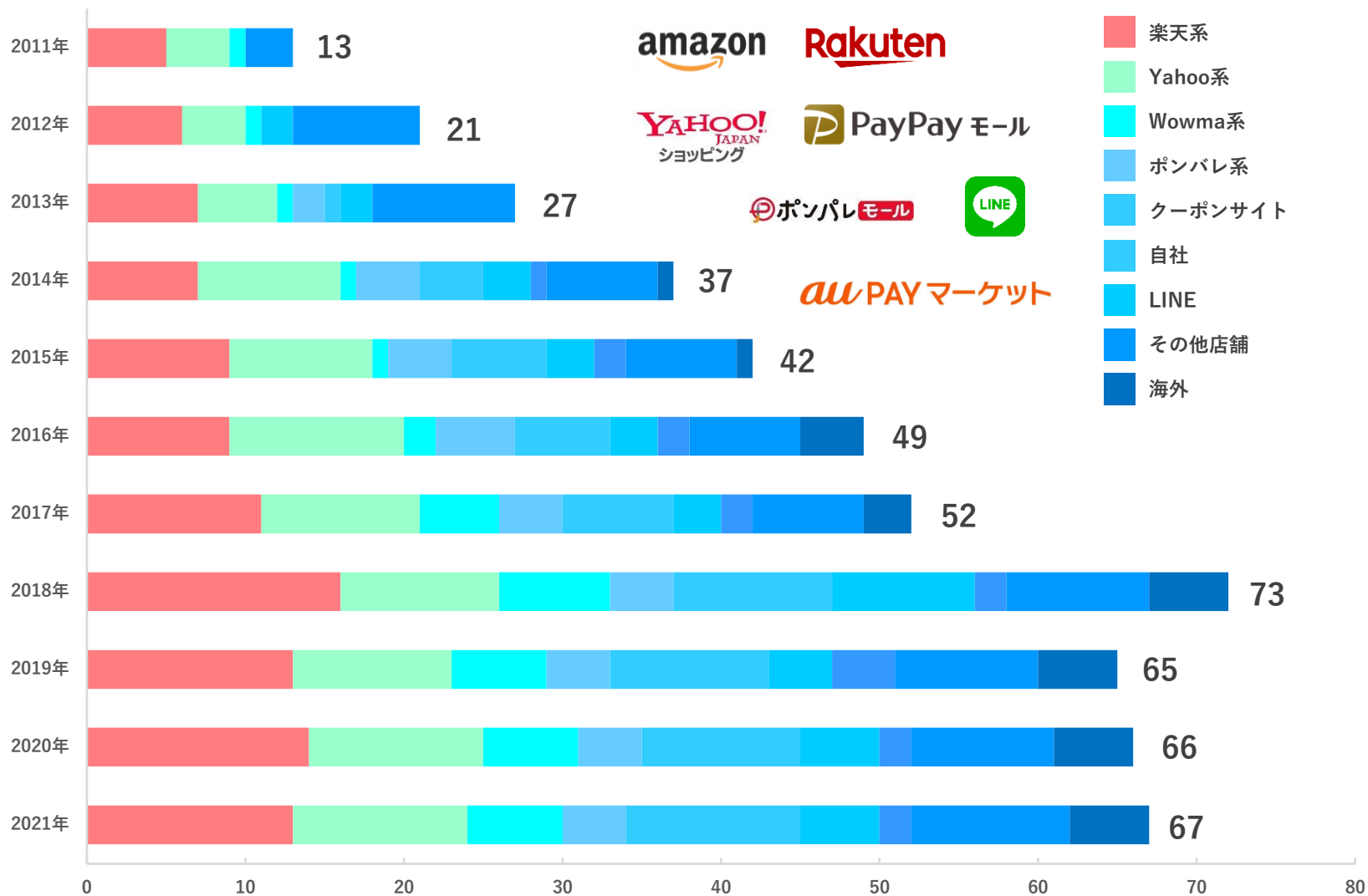
(単位：件数)

(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

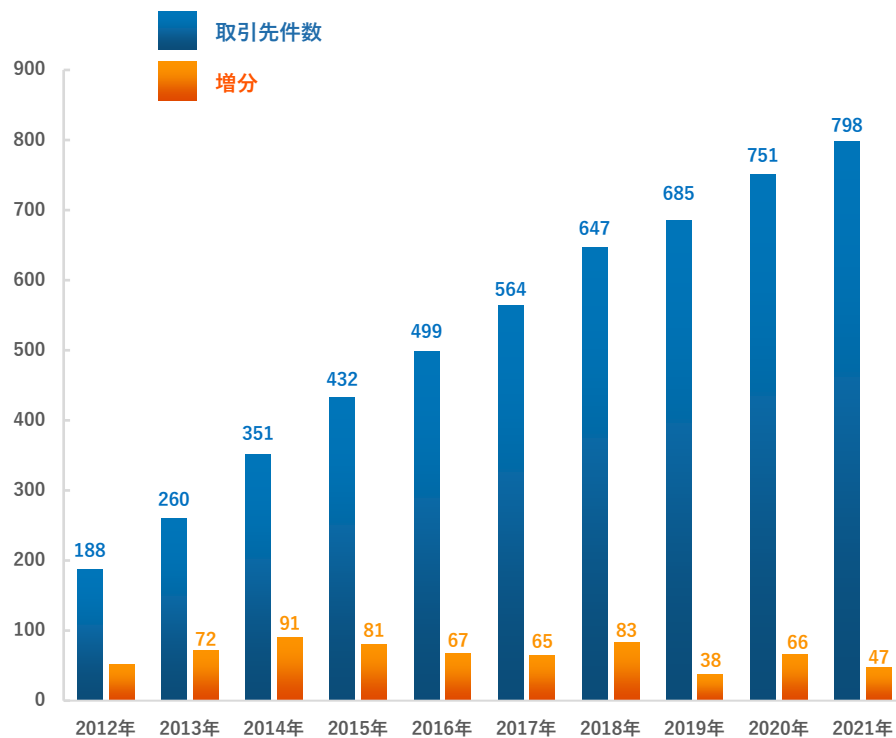


※ 2015年までは12月末時点、2016年は10月末時点

※ 2019年10月期第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。2021年10月期までに8店舗増加。

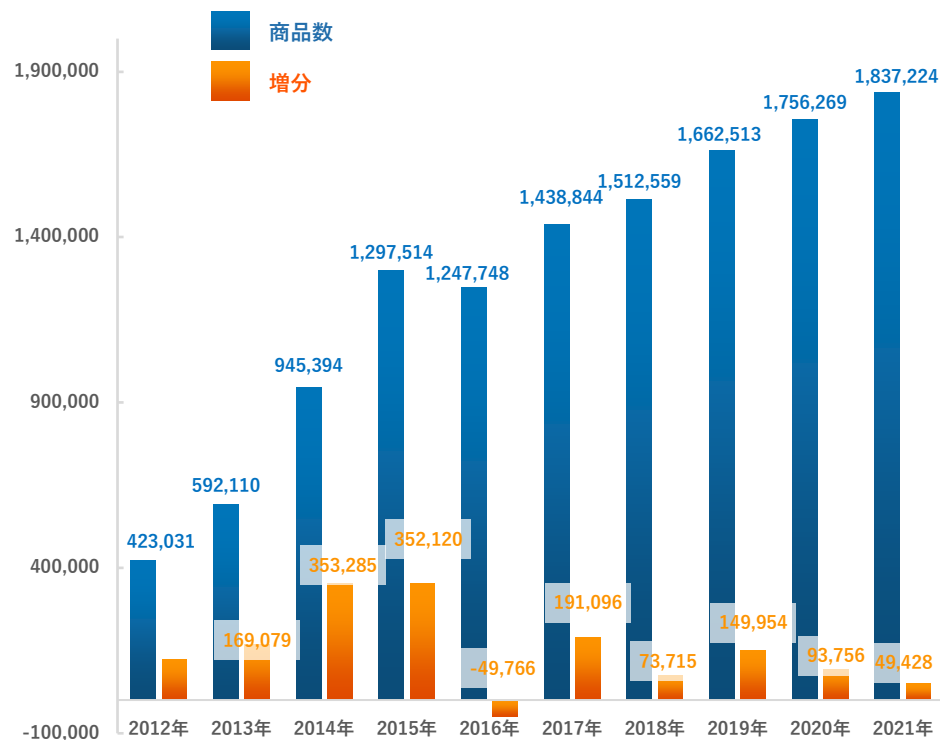
パートナー企業数

(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月期トピック

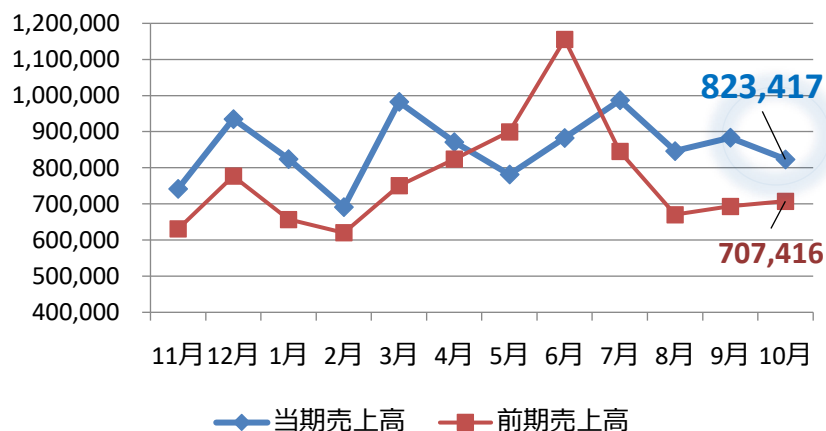
ECマーケティング事業は好調に推移

2021年10月期では、新型コロナウイルス感染症の影響で喚起されたEC需要や在宅勤務・巣ごもり需要等、消費者ニーズと消費行動のオンライン化の変化を的確に捉えることにより、家具・家電・生活雑貨等の売上が好調に推移。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」の影響を吸収し、通期で9.7%増と昨年を上回る水準で着地。

ECサポート事業についても、特に下半期に大型案件の納品が多数行われたことから受注単価も上昇し、EC化の加速を背景に引き合いが増加傾向であり、引き続き好調を維持。

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

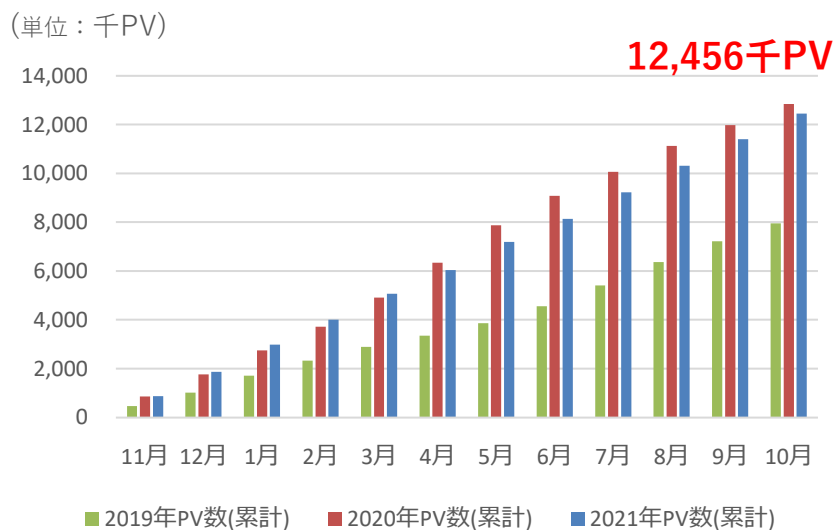
	2019年 10月期	2020年 10月期	2021年 10月期
	件数	件数	件数
10,000千円以上	2	8	4
5,000千円以上 10,000千円未満	11	6	9
2,000千円以上 5,000千円未満	35	26	18

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

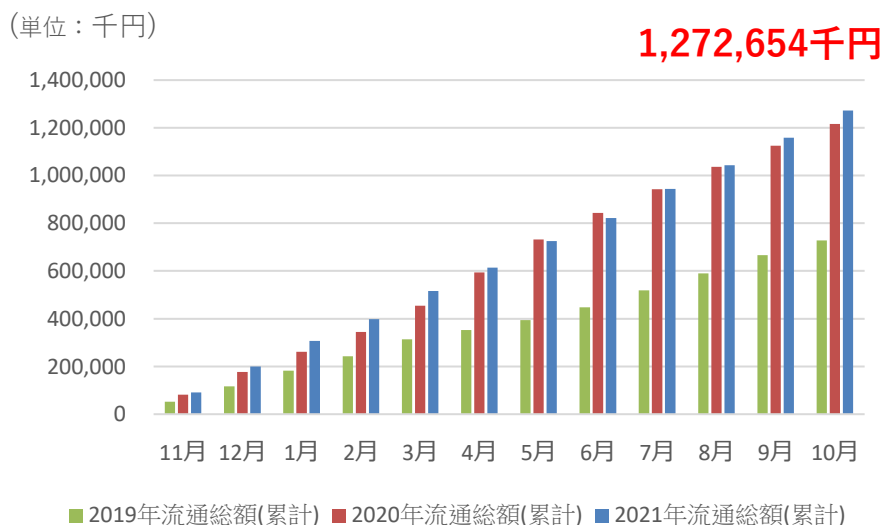
ECマーケティング事業と同様、2021年10月期はイエコレクション(IECOLLE)(<https://iecolle.com/>)においてPV数については**12,456千PVで推移**(PV数は前年比97.0%)、主な減少理由は、前年同期において新型コロナウイルス感染症の影響に伴う特需があったことによるもの。

流通総額については**1,272,654千円と好調に推移**(流通総額は前年比104.7%)

PV数推移 (累計)



流通総額 (累計)



ECマーケティング事業は好調に推移。商品企画関連事業はコロナの影響から減収減益及び特別損失計上

■ ECマーケティング事業

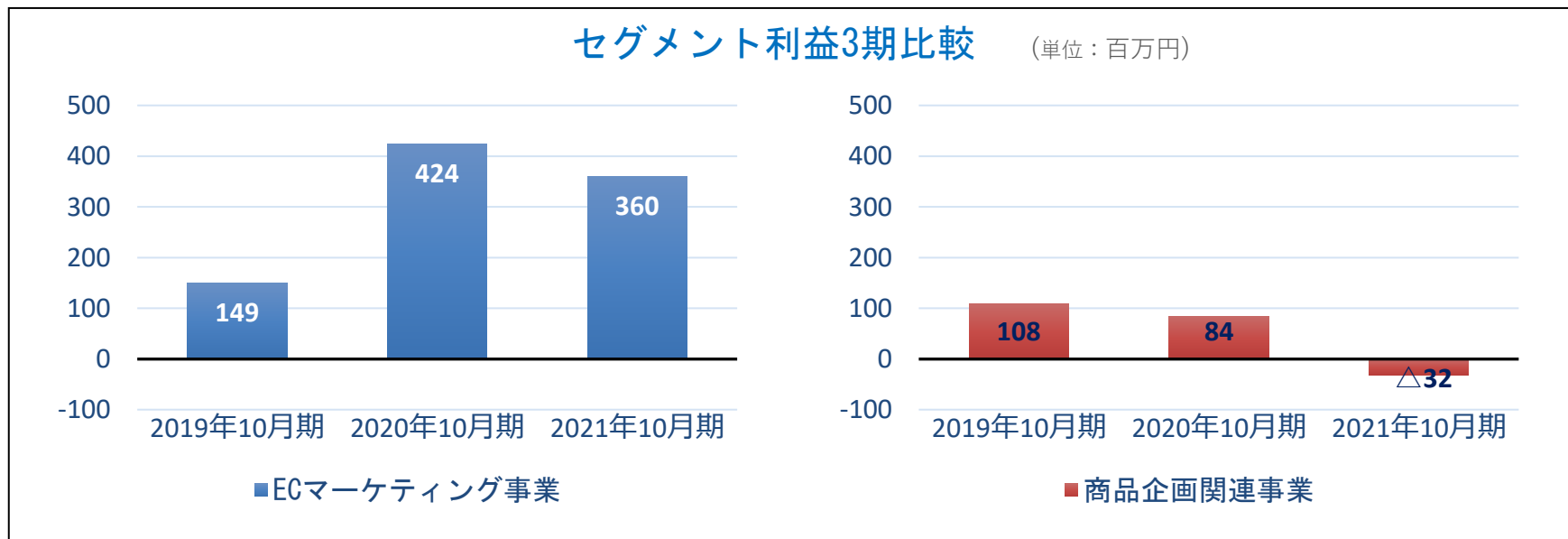
売上高は、EC化率の高まりを受けて好調に推移。期末にかけてECサポート案件等の売上が大きく伸長。売上高は前年同期比で9.7%増の10,865百万円。

利益面では、前連結会計年度においてマスク等の大型特需があったことや、円安による仕入価額の上昇を受け前年同期比で15.2%減の360百万円となったものの、2019年と比較すると大きく伸長しており**安定的に拡大傾向**にある。

■ 商品企画関連事業

新型コロナウイルス感染症の影響により協力工場の閉鎖や大幅な稼働制限により、売上高は前年同期比で13.1%減の2,265百万円。利益面では、売上高の大幅減に加え、新規商談の中断、資源価格全般の高騰により、セグメント損失32百万円(前年同期は84百万円の利益)

※上記に加えてジェネパベトナム社の工場の稼働制限等により臨時休業等による損失22百万円及び全面的な稼働時期が不確実であることから固定資産の減損損失144百万円を特別損失に計上



2022年10月期の業績予想について

2022年10月期の業績予想の開示については、引き続き新型コロナウイルス感染症の影響が不透明かつ不確実であることから、今後の動向を見極め開示が可能になった時点で速やかに公表いたします。

基本方針

当社のKPIの根幹となるのは、パートナー企業とパートナー企業が保有する商品となります。これらの商品に対して実施するデータマーケティングの精度を向上させるためにはより多くの商品データが必要となります。現在、国内の主要モールでの取扱い商品数が2.5億点程度となりますが、当社はまずその1%(250万点)の商品の確保を目標として取り組んでおります。

パートナー企業の増加は取扱いジャンルの拡大を意味し、商品数の増加はトップラインの増加につながり、これらは更に多数のパートナー企業や商品が集まってくる好循環を生み出します。

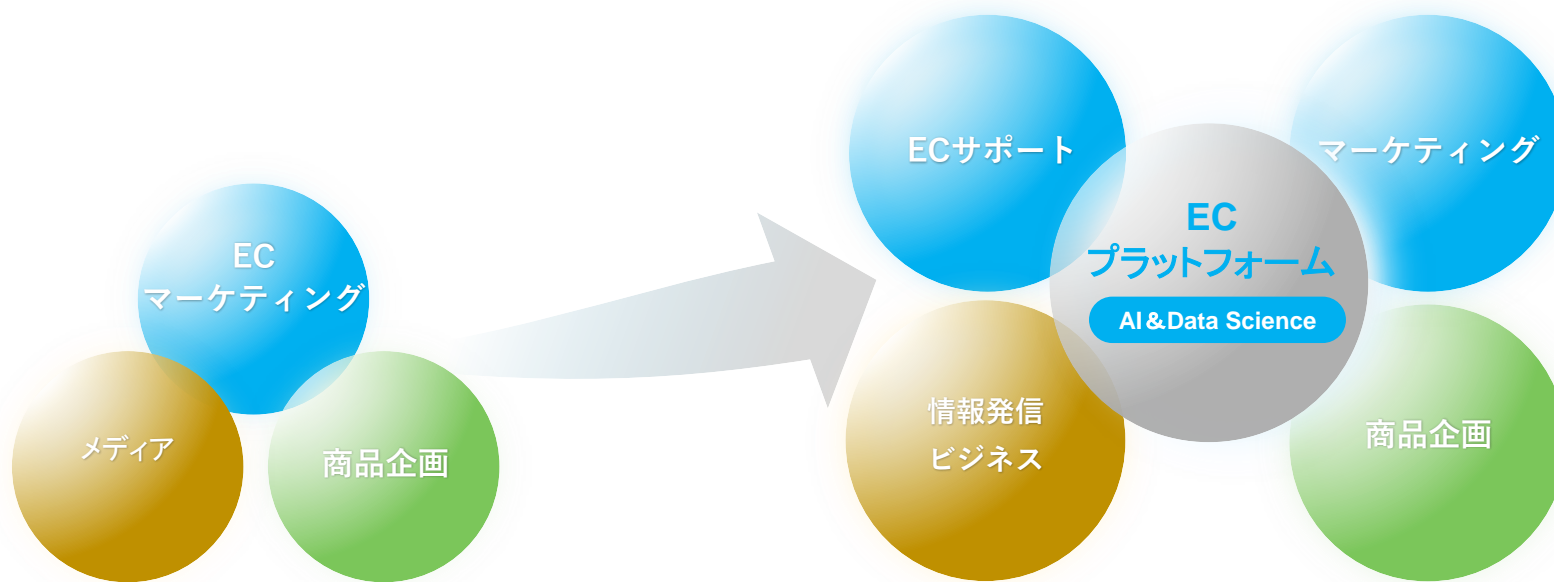
	コロナ禍における影響	基本的な当社のスタンス
ECマーケティング事業	巣ごもり需要によりEC化率は大きく増加。 新規EC参入も増えECサポート事業も堅調。	マーケティングデータの蓄積やパートナー企業、商品数の増加に注力し、トップラインの拡大を第1に取り組む。
商品企画関連事業	工場の操業制限。 資源価格の高騰。 リモートでの管理の限界。	仕込みの時期として、オリジナル商品開発等、中長期的な視座で取り組む。
その他事業	メディア事業は、巣ごもりによる影響で流通総額が大きく増加。	短期的にも事業成長の柱として期待。

※ 事業戦略詳細については本日発表の「事業計画及び成長可能性に関する事項」をご参照ください。

事業の将来像

当社グループが目指す将来像は、ECマーケティング事業を通じて蓄積されたデータやノウハウを基に、モノを創り出す企業(パートナー企業)に対して有益な情報を提供していく企業です。それは、生活者が必要とするモノを、必要な規格・機能で、市場に合った適正価格で、必要な量提供できるようにすることにより、不要な在庫や廃棄となるモノを減らし、**生活環境を重視した社会に貢献する企業**を目指していきます。そのために当社グループは、他社が持たない多様かつ多数の商品を揃え、デジタル時代の消費行動に欠かせないEC事業を推進し、事業に必要な企画・ノウハウ・バックオフィス等の全ての機能を自社でシステム化していきます。

これらを実現するためには、大量のデータに基づいた精緻なマーケティング情報が必要となるため、現在180万点超である**商品数を中期的に250万点**まで揃え、250億円程度の売上に基づくECプラットフォームからのマーケティングデータをベースとして、実際のEC市場にタッチするマーケティング事業、総合的なEC構築ノウハウのあるカンナート社を中心としたECサポート事業、集客の要となる情報発信のメディア事業及び中国、ベトナムの拠点を活用した商品製造のサポートを行う商品企画関連事業、そしてそれらの事業を支えるシステム構築力を融合し、**モノ創りと生活者の橋渡し企業のポジションを確立**していきます。



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	マーケティング事業	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10月31日現在)		
発行株数	8,277,240株 (2021年10月31日現在)		
従業員数	国内グループ従業員数140名 単体従業員数97名(パート・アルバイト含む) (2021年10月31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/>