



2024年10月期 決算補足説明資料

株式会社ジェネレーションパス
2024年12月13日

2024年10月期 通期業績

USP事業、海外でのD2C新商品の開発、ラオスでの新工場設立等、成長のための投資が先行するも、堅調な売上と利益率の改善により、営業利益は大幅拡大。一方、為替差損が発生し、経常利益は減益。

- 売上高：16,235百万円（前期比7.2%増）
- 営業利益：81百万円（前期は営業損失4百万円）
- 経常利益：22百万円（前期比69.0%減）
- お客様が望む商品開発や原材料の調達などアジア圏を跨ぐアジアバリューチェーンを構築を推進

ECマーケティング 事業

D2C商品開発・販売品目の拡大により利益率は前期比で顕著に改善。更に改善傾向が続く。

- 売上高：13,287百万円（前期比3.6%増）
- セグメント利益：290百万円（前期比15.3%増）
- USP（Unique Stores Platform）事業を開始 ※1
- D2C（自社独自仕入れ商品開発）事業を推進 ※2

商品企画関連 事業

中国子会社での新製品開発、ベトナム子会社の販売先開拓が好調に推移。大幅な増収増益で着地。

- 売上高：2,899百万円（前期比30.6%増）
- セグメント利益：82百万円（前期比78.1%増）
- ラオスでの会社設立手続きと生産準備
- ベトナム子会社での新規顧客開拓を推進

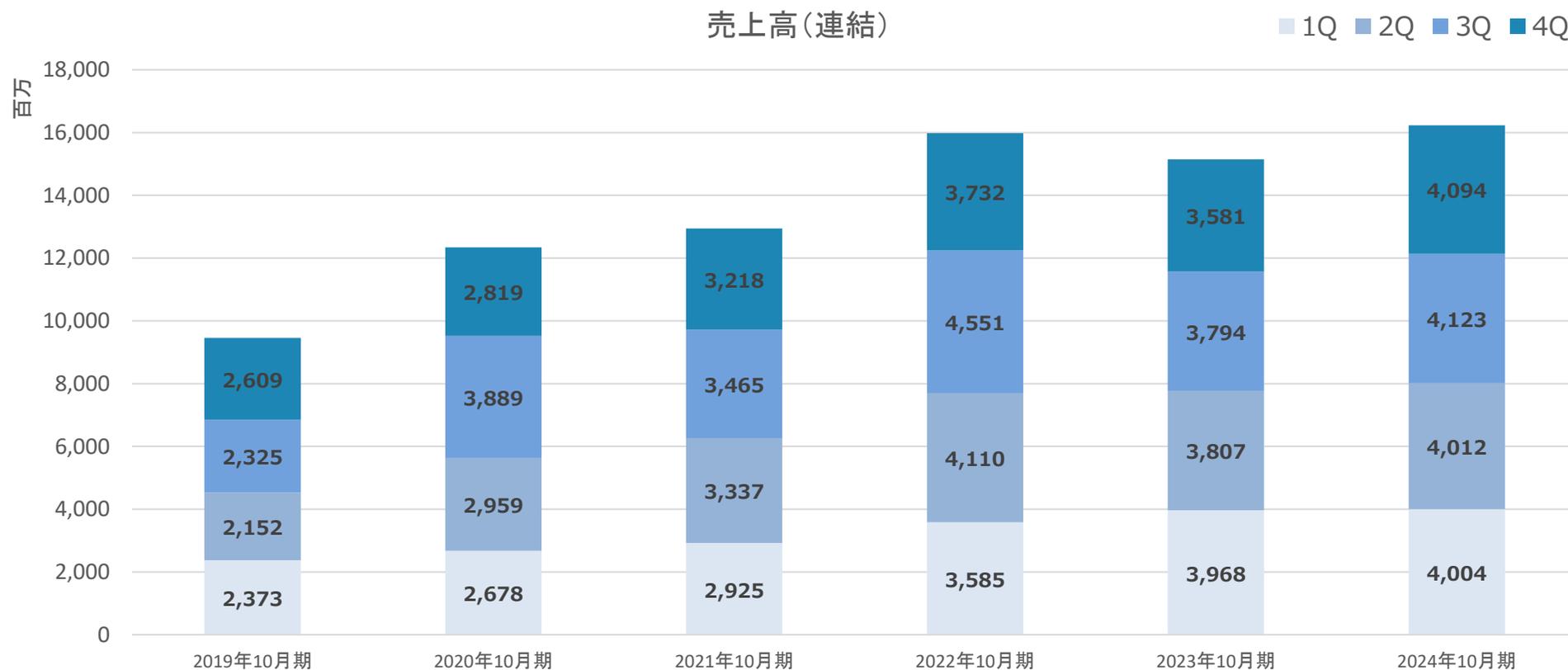
※1 USP事業 = 新規事業として、既存のECモールでは実現しにくい特色ある自社ECサイトを多数構築し、それらを有機的に結合させることにより、自社ECサイト群を基礎としたプラットフォーム事業（名称：「Unique Stores Platform 事業」）

※2 D2C商品 = 工場やメーカーが商品を企画開発、製造して一般のお客様に直接販売する商品、もしくは、企業が商品を企画して工場に直接依頼して製造された商品と当社では定義

売上は堅調に推移。営業利益はD2C商品の投入、中国子会社の新製品開発によって各種先行投資の影響を吸収し前期比+86万円で着地。経常利益は主として子会社に対する貸付金にかかる為替差損78百万円の計上により減少。なお、現状は為替差損は大きく減少している。また、特別損失として当社とベトナム子会社で98百万円の減損損失等が発生。

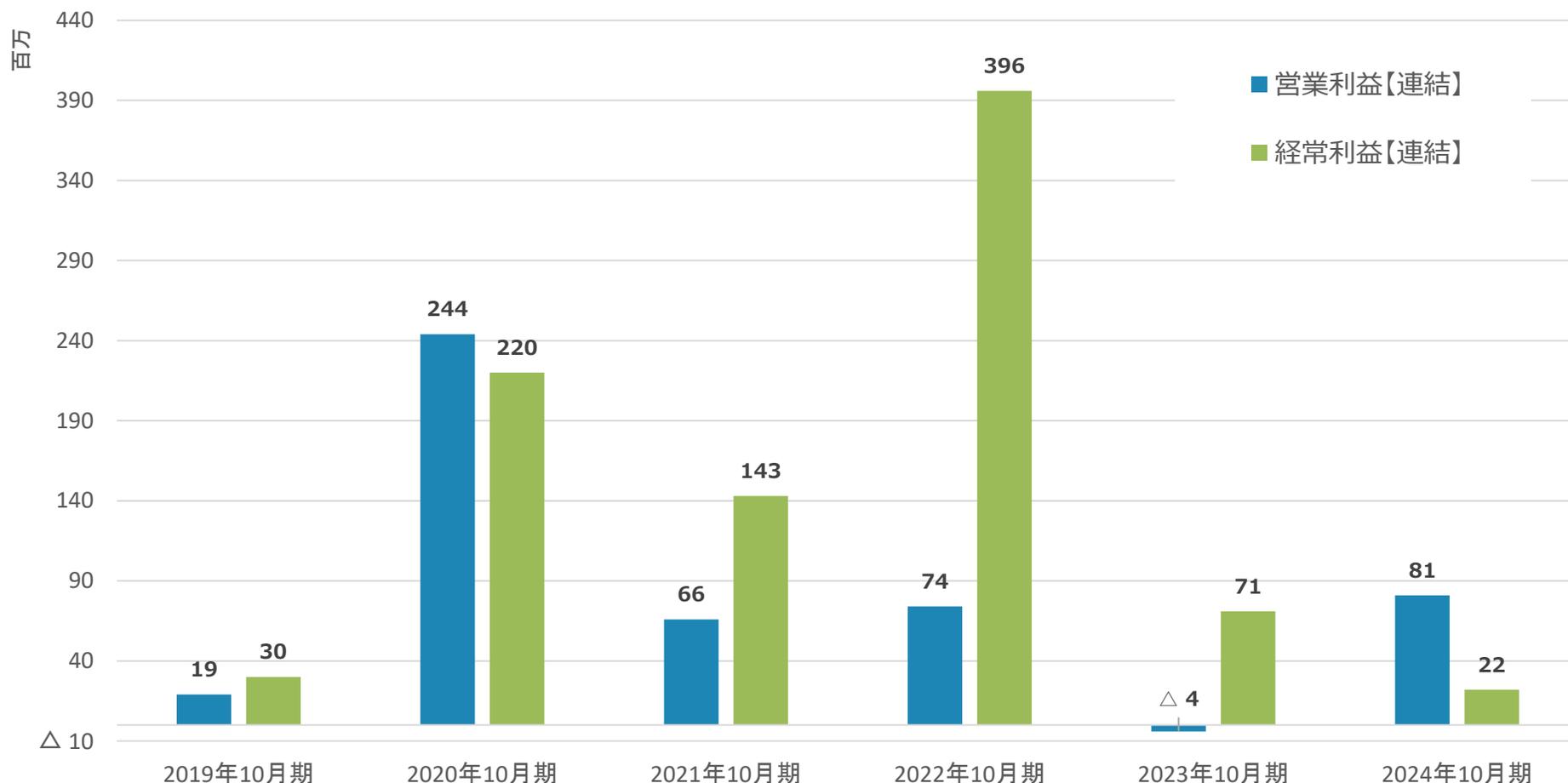
(百万円)	2023年通期	2024年通期	前年同期比
売上高	15,151	16,235	+7.2%
営業利益	△4	81	-
		為替差損78百万円	
経常利益	71	22	△69.0%
		減損損失等98百万円	
親会社株主に帰属する当期純利益	△23	△138	-

2024年10月期の通期売上高は、全体で前期比+7.2%と増加し、16,235百万円。
 第4四半期売上高は、前期比+14.3%と直近売上の増加率が上昇中
 通期ではECマーケティング事業(+3.6%)、商品企画関連事業(+30.6%)ともに増収。



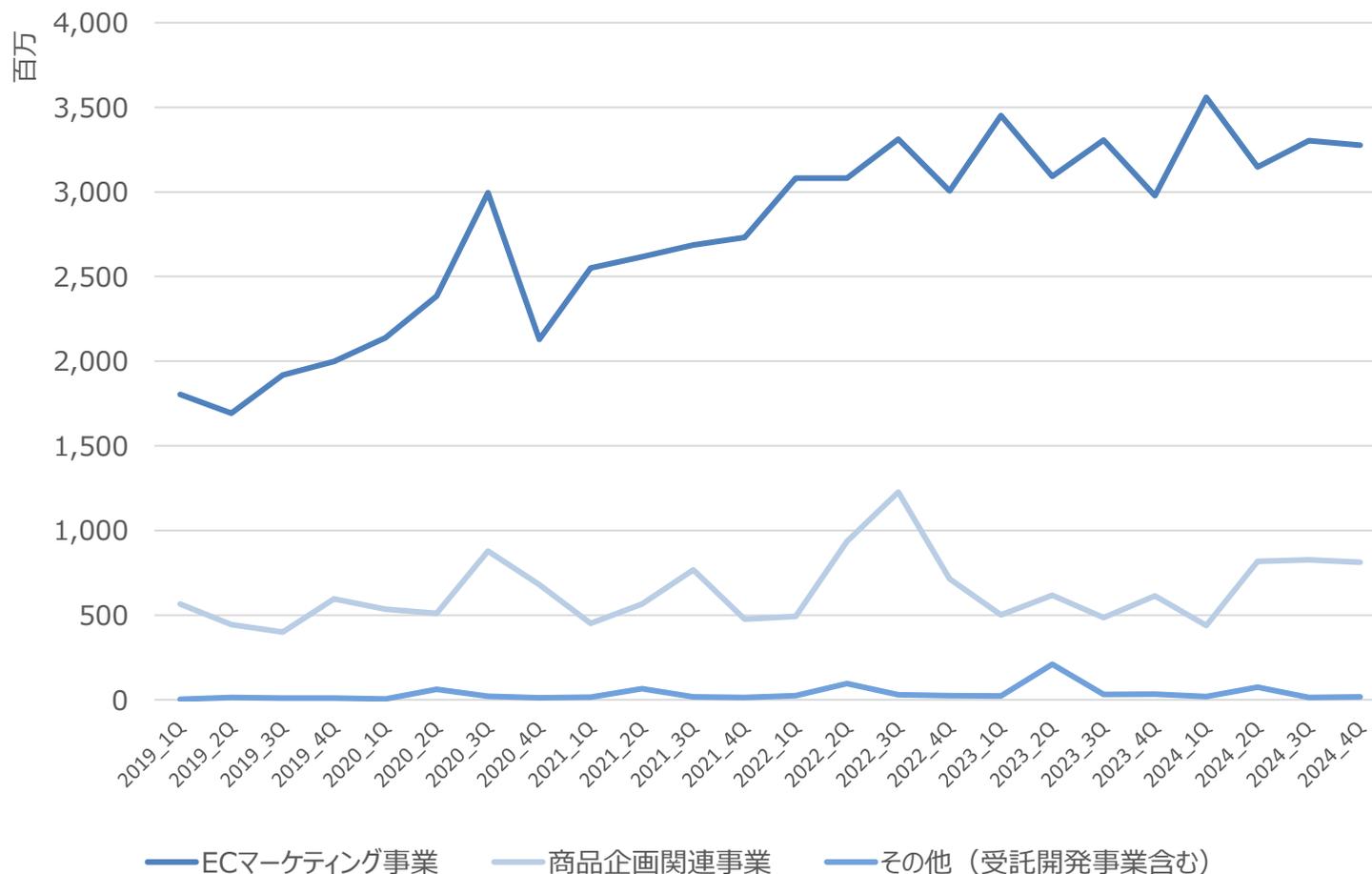
注：ECマーケティング事業の売上高については、2019年10月期第1四半期～2021年10月期第4四半期の期間において「収益認識に関する会計基準」を適用させた形で表示しております。従来は売上計上に伴い、他社が運営するポイント制度において付与されたポイント相当額は、販売費及び一般管理費として処理しておりましたが、2022年10月期第1四半期以降については売上高から控除する方法に変更しております。

営業利益はECマーケティング事業のD2C商品の投入、中国子会社の新製品開発によって81百万円（前年同期は営業損失4百万円）と増益。
経常利益は主としてベトナム子会社への貸付金にかかる為替差損78百万円が計上されたため22百万円（前期比69.0%減）



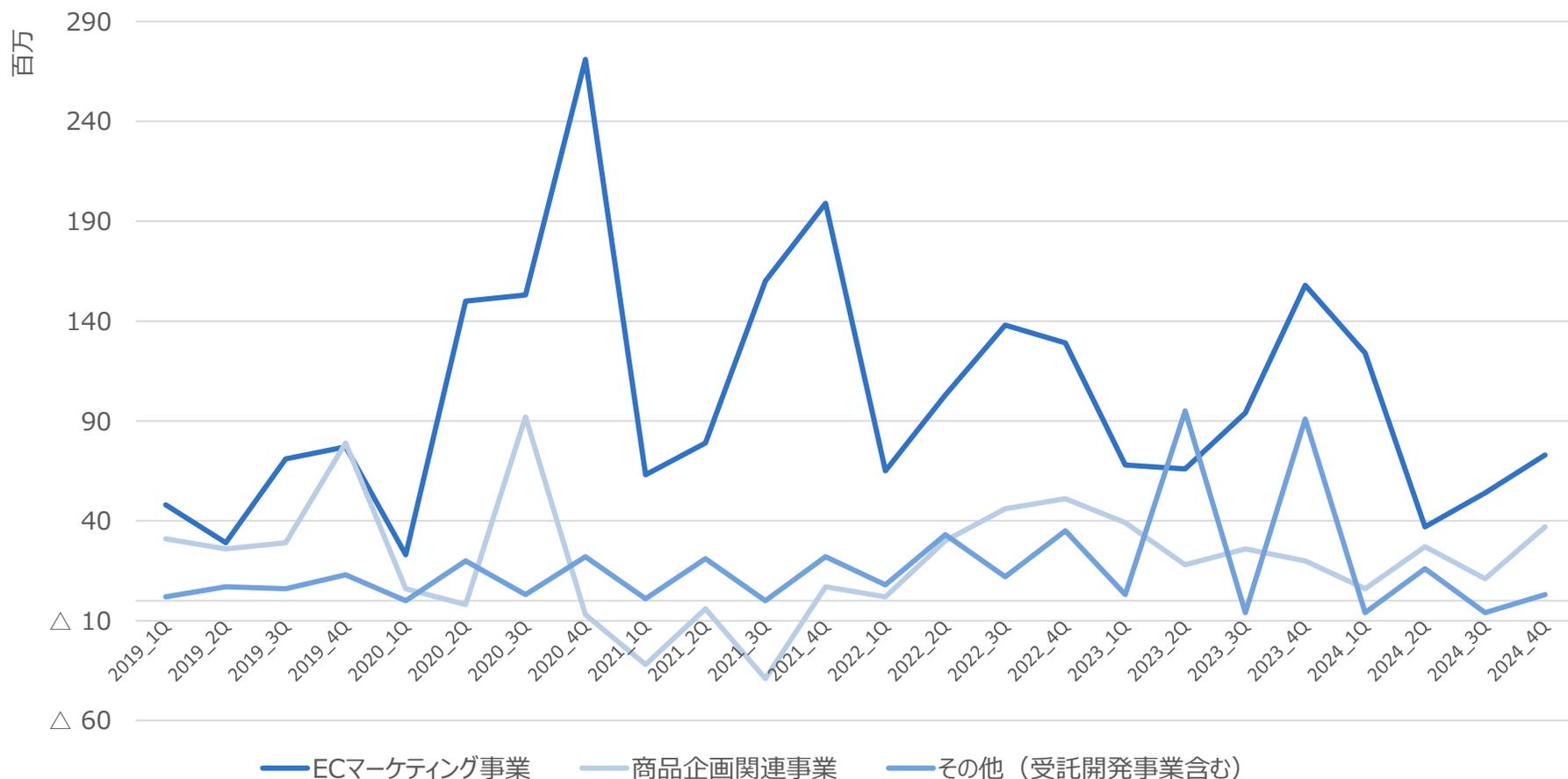
ECマーケティング事業：家具・生活雑貨の販売が好調に推移したことにより13,287百万円と前期比で3.6%の増収。

商品企画関連事業：中国子会社の販売が好調に推移。ベトナム子会社は第1四半期は販売が低迷するも第2四半期以降は販売が復調し、セグメント全体では2,899百万円と前期比で30.6%の増収。



ECマーケティング事業：収益性の高いD2C商品の開発と販売拡大、および、物流コストの見直し行い、290百万円と前期比15.3%の増益。第4四半期にかけて利益率は改善傾向となっている。

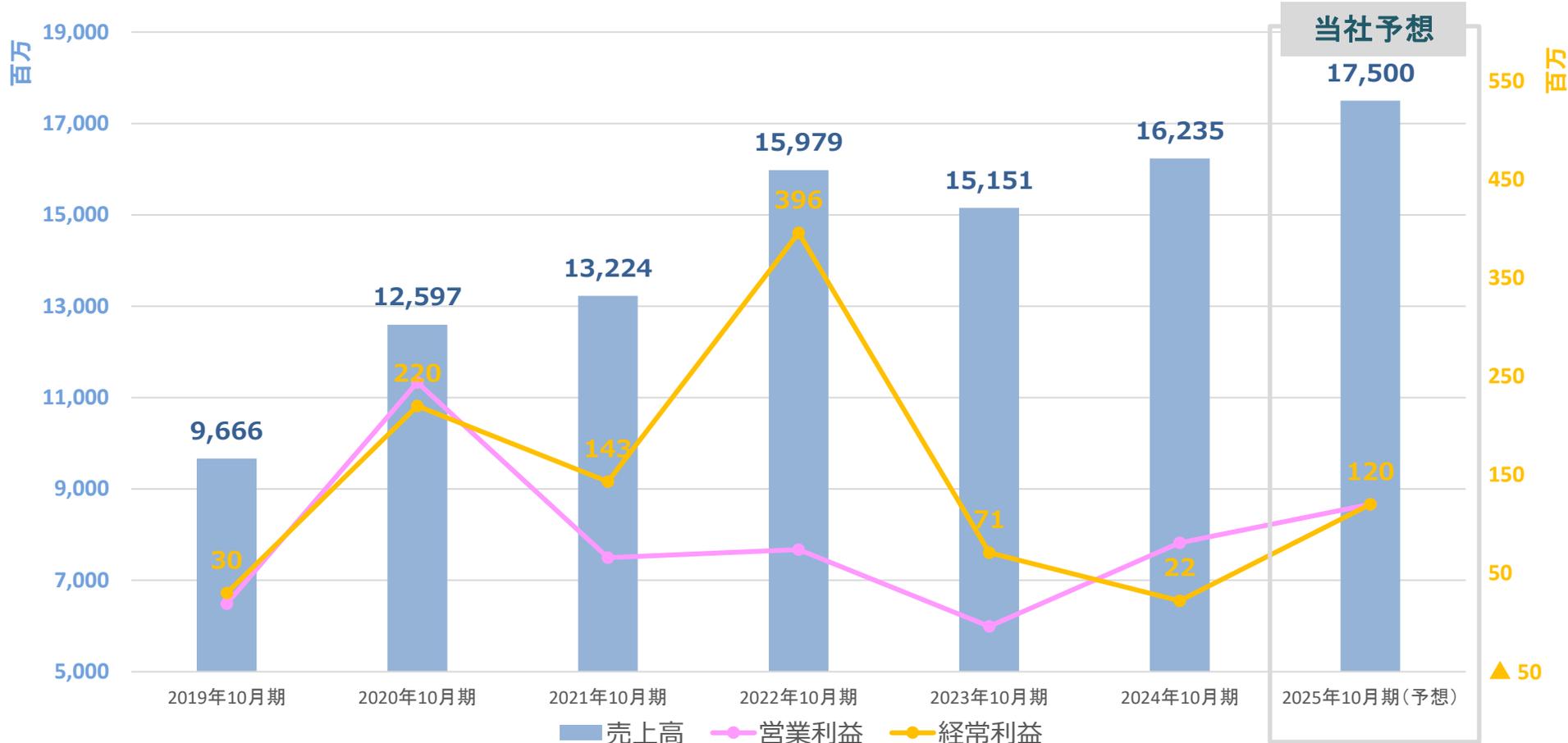
商品企画関連事業：第1四半期にベトナム子会社の販売低迷での利益悪化もその後復調。中国子会社の売上好調により82百万円と前期比78.1%の大幅な増益。



2025年10月期の業績については、売上高17,500百万円(前年同期比7.8%増)、営業利益120百万円(前年同期比46.8%増)、経常利益120百万円(前年同期比438.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益90百万円(前年同期は親会社株主に帰属する当期純損失138百万円)を予想。

ECマーケティング事業においては、売上増収及び利益率の改善傾向を当期も継続し、USP事業への投資を吸収しながら増益を達成する。

商品企画関連事業においては、中国子会社は引き続き増収増益となる見込み。またベトナム子会社の収益率の大幅改善を達成するとともに、同社への貸付金にかかる為替リスクの低減に向けた具体策を実施予定。



中国にある子会社の青島新綻紡貿易有限公司（以下、新綻紡社）では現地大学機関等と連携し、オリジナルの機能性繊維の研究開発を行っています。開発されたオリジナル機能性繊維を基にクライアントに新商品を提案し自社で製造まで行うことにより、商品の多様化・独自化を推進するクライアントのニーズに的確に応えることが可能となります。また、高度な独自開発繊維となるため、特許・実用新案などに登録することにより模倣され価格競争に巻き込まれるリスクも僅少となります。新綻紡社の業績は好調ですが、商品に対する旺盛な需要とチャイナリスクに対応するため、ラオスに生産拠点を構築しました。2025年10月期にはラオスでの生産を開始します。

（特許第7032773号、特許第7266802号、特許第7303507号、特許第7340821号、実用新案第3237669号、実用新案第3242994号）



WARM-PP/PHGC

新型制菌・消臭・温感

山羊绒

カシミアマイヤー
カシミアボア

特殊な構造によって
カシミアのような特性を持つ
吸湿・保湿・静電気対応
より良い保温性・柔らかい

可水洗的天然蚕丝

洗える天然シルク
最新の日本技術で作った
エコ的なシルク
10種類のアミノ酸が含まれています

雨露棉

— DEW —

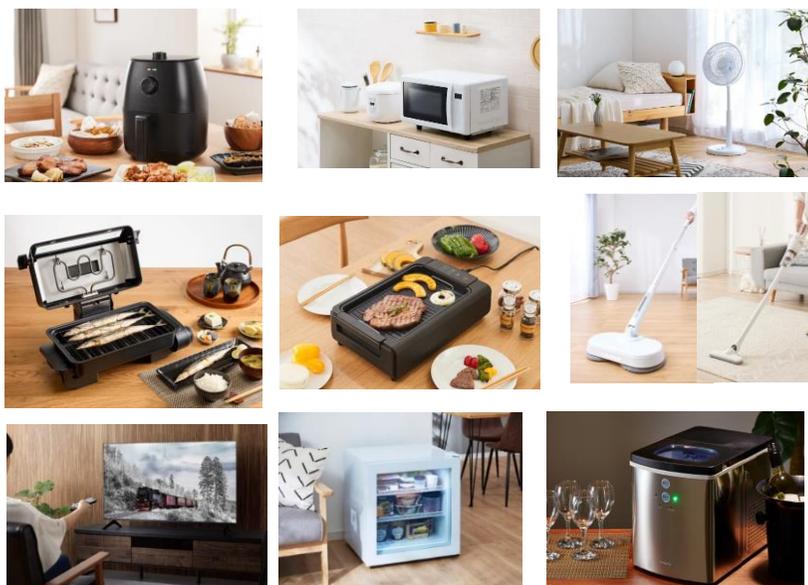
DEOCIL

デオシル

瞬間即効消臭機能
PHコントロールの弱酸性

これまで蓄えたマーケティングデータを活用し、自社製品の企画開発及びオリジナルブランドの確立を行い価格競争力を高めていくとともに、ECのみならず量販店への販路を拡大し、店頭で商品の良さを実感してもらえるような取組みを推進しています。オリジナルブランドであるため、価格競争にならず、一定の利益を確保する事ができ、当社の利益率の向上に貢献すると考えています。

オリジナルブランド「s!mplus」（シンプラス）を展開し2024年10月期にも積極的に新製品を発売。2024年3月には累計出荷台数30万台を突破。今後も製品ライナップを更に充実していきます。寝具においても中国子会社が開発した機能性繊維を使ったオリジナルブランド「カクシング」を開始。2024年7月には革新的な冷感商品を新規発売。



s!mplus

第4四半期発売実績

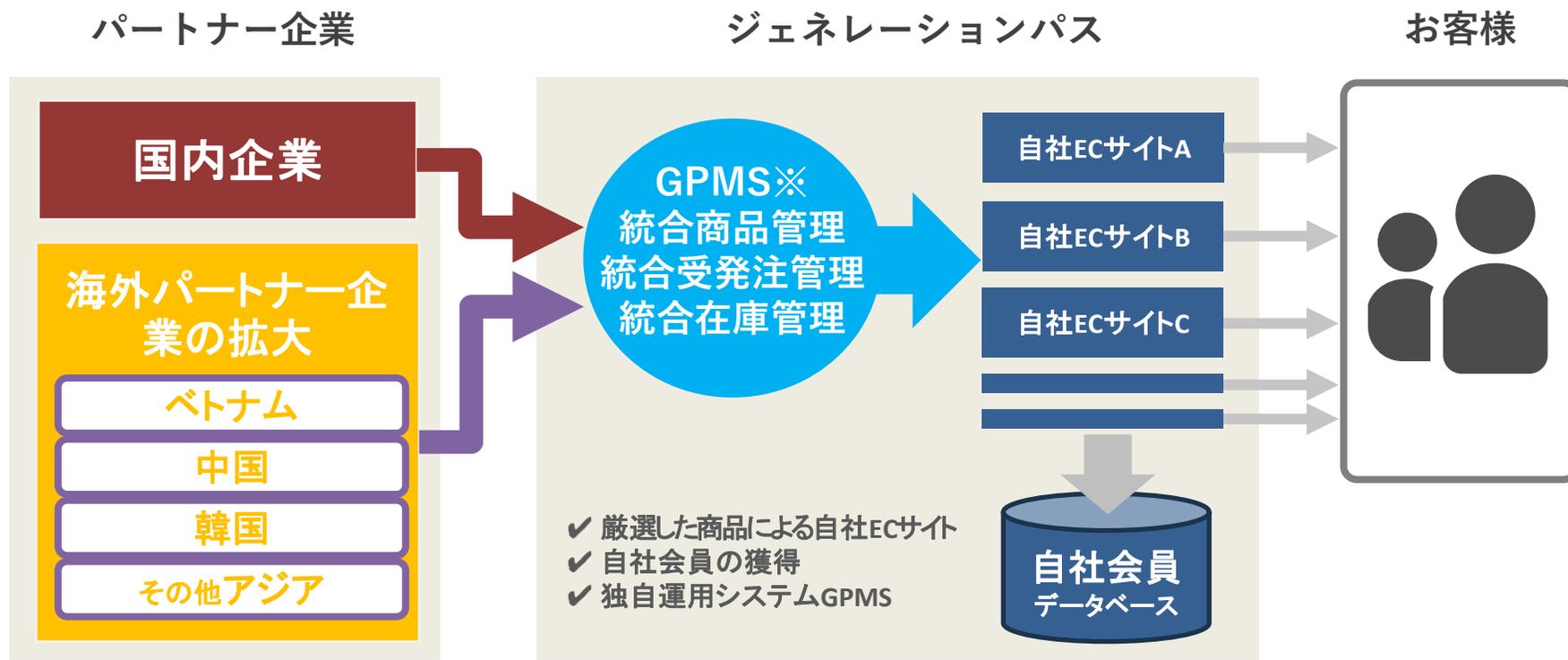
- 2024年08月15日：コード式掃除機「SP-VC01」を発売
- 2024年08月21日：電動回転モップ「SP-TRM01」を発売
- 2024年08月30日：ガラス蓋付き吸煙グリル「SP-GLL01」を発売
- 2024年09月12日：本格的なマルチロースター「SP-FRS01」を発売
- 2024年09月19日：ダイヤル式ノンフライヤー2L「SP-FRD01」を発売

カクシング

KAKUSHING

2024年7月、革新的冷感で夏の寝苦しさを解決する「カクシング」から接触冷感寝具シリーズを発売

ECマーケティング事業において楽天市場・Yahoo!ショッピング・Amazon等のECモール上での最適化を行ってきたノウハウを活用し、各店舗が独自のコンセプトを持った商品ジャンルの展開や、サイズや色、シチュエーションなどの特定のテーマ別EC、あるいは特色ある決済手段等のサービスを具備したECなど、既存のECモールでは実現しにくい自社ECサイトを多数構築し、それらを有機的に結合させることにより、自社ECサイト群を基礎としたプラットフォーム事業（名称：「Unique Stores Platform事業」以下、「USP事業」といいます。）を構築しています。USP事業ではECモール上でのECサイトと比較して、集客は独自で行う必要があるものの、詳細な会員マーケティングを実行でき、顧客属性に応じた細かいサービスの提供が可能となります。



Unique Stores Platform

※GPMS：当社が取り扱う商品についての受発注オペレーションを支える当社独自開発のオペレーションシステム

2024年10月期は3サイトをオープンしテスト検証は完了。売上も順調に推移していることから2024年12月13日現在までに5店舗を追加オープンし合計8店舗を運営中。2025年10月期は早期に10店舗までの立上げを実現し、本格的な事業展開のフェーズを目指す。



ギフトシア

- ・サイトオープン日 2024年12月2日
- ・サイトURL <https://gift-sincere.com/>
- ・サイトの特徴
- ・商品ジャンルやギフトを贈るシーン、価格など様々な視点からベストな贈り物が選べるギフトを販売



ハコモノヤ

- ・サイトオープン日 2024年12月6日
- ・サイトURL <https://hakomonoya.jp/>
- ・サイトの特徴
- ・カラーボックスからキャビネットまで、あらゆるシーンで使える収納家具を中心に販売する家具を販売



Babynug (ベビナグ)

- ・サイトオープン日 2024年12月9日
- ・サイトURL <https://babynug.jp/>
- ・サイトの特徴
- ・子どものさまざまな「はじめて」を「つなぐ」、ベビー・キッズ用品を専門に販売



Kitchen Suggest (キッチン サジェスト)

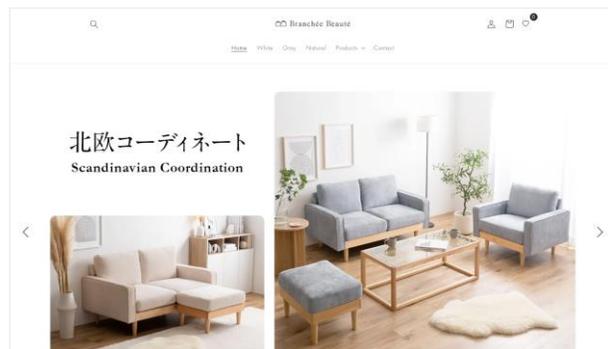
- ・サイトオープン日 2024年12月11日
- ・サイトURL <https://ksuggest.com/>
- ・サイトの特徴
- ・ハイエンドモデルからスタンダードモデルまで取り扱う、キッチン家電を中心に販売



寝具選びのNEYOKA (ネヨカ)

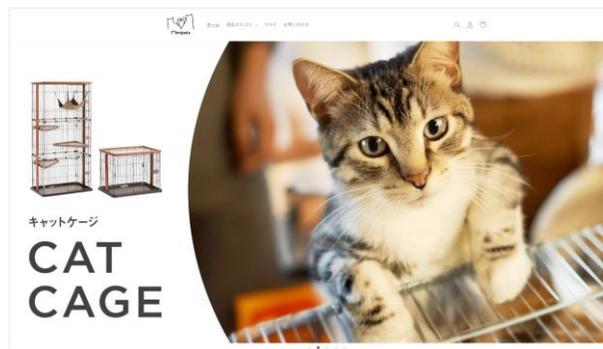
- ・サイトオープン日 2024年12月2日
- ・サイトURL <https://se-neyoka.com/>
- ・サイトの特徴
- ・質のいい睡眠には欠かせない、枕・布団・マットレスなど寝具商品を幅広く揃えている寝具専門店

8店舗がオープン済み 追加2店舗オープン予定



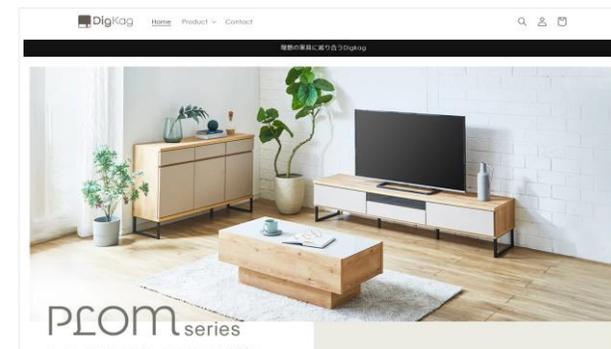
Branchée Beauté (ブランシェ・ポータ)

- ・サイトオープン日 2024年4月5日
- ・サイトURL <https://brasheeb.com/>
- ・サイトの特徴
- ・取扱う商品は人気カラーの3色（ホホワイト・ナチュラル・グレー）に特化した韓国系・北欧系の商品



mimipets (ミミペッツ) ※

- ・サイトオープン日 2024年4月10日
- ・サイトURL <https://mimipets.jp/>
- ・サイトの特徴
- ・犬、猫などペットに必要なものがなんで揃うオンラインペットショップ
- ※オロシーレから取り扱い商品、サイト名称を変更

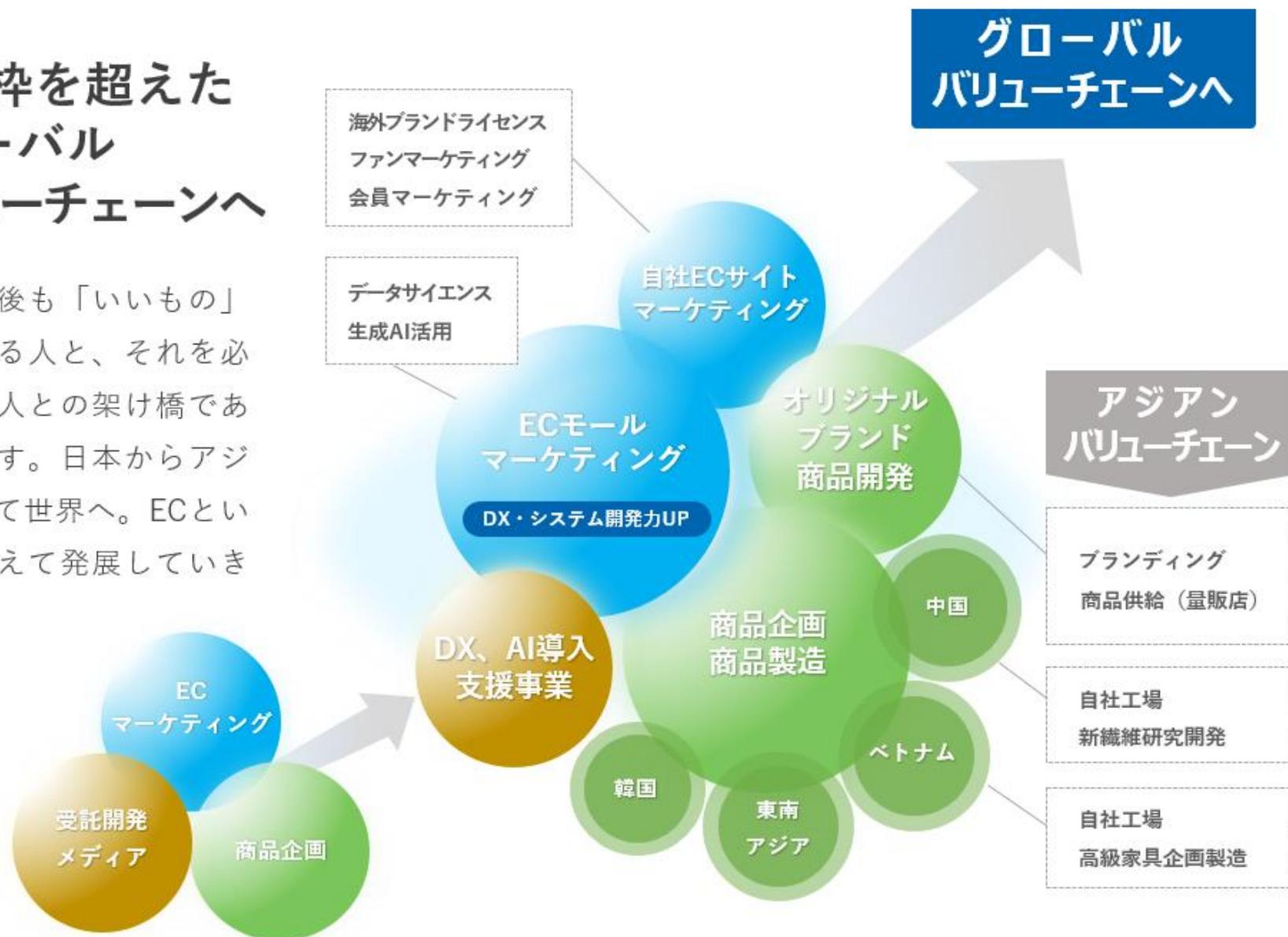


DigKag (ディグカグ)

- ・サイトオープン日 2024年4月16日
- ・サイトURL <https://digkag.com/>
- ・サイトの特徴
- ・現役のインテリアバイヤーが厳選した、ワンランク上の素敵な家具に巡り合える大型家具特化型通販サイト

ECの枠を超えた グローバル バリューチェーンへ

当社は今後も「いいもの」を創造する人と、それを必要とする人との架け橋であり続けます。日本からアジアへそして世界へ。ECという枠も超えて発展していきます。





ディスクレイマー

当社は本資料の作成に当たり、当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠していることを前提としております。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。