



2024年10月期 第2四半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6月14日

(当資料に記載されている金額については切り捨てにより百万円単位で表記しております)

2024年10月期 第2四半期業績

- ・ **ラオスへの新規工場投資やUSP事業等、成長のための新規投資を実施するも、前年同期比での売上増や為替差損の縮小もあり、経常利益が前年同期の赤字から黒字着地。**
 - 売上高：8,017百万円（前年同期比：+3.1%）
 - 経常利益：26百万円（前年同期：△11百万円）
 - 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ンバリューチェーンを構築

ECマーケティング 事業

- ・ **D2C商品販売の強化により利益率は前年同期比で上昇基調へ転換。**
 - 売上高：6,707百万円（前年同期比：+2.5%）
 - 営業利益：162百万円（前年同期比：+20.4%）
 - 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

- ・ **ラオスでの子会社設立手続と生産準備、新規顧客開拓のための費用が先行。**
 - 売上高：1,257百万円（前年同期比：+12.2%）
 - 営業利益：33百万円（前年同期比：△41.9%）
 - ラオスでの会社設立手続と生産準備
 - ベトナム子会社での新規顧客開拓を推進

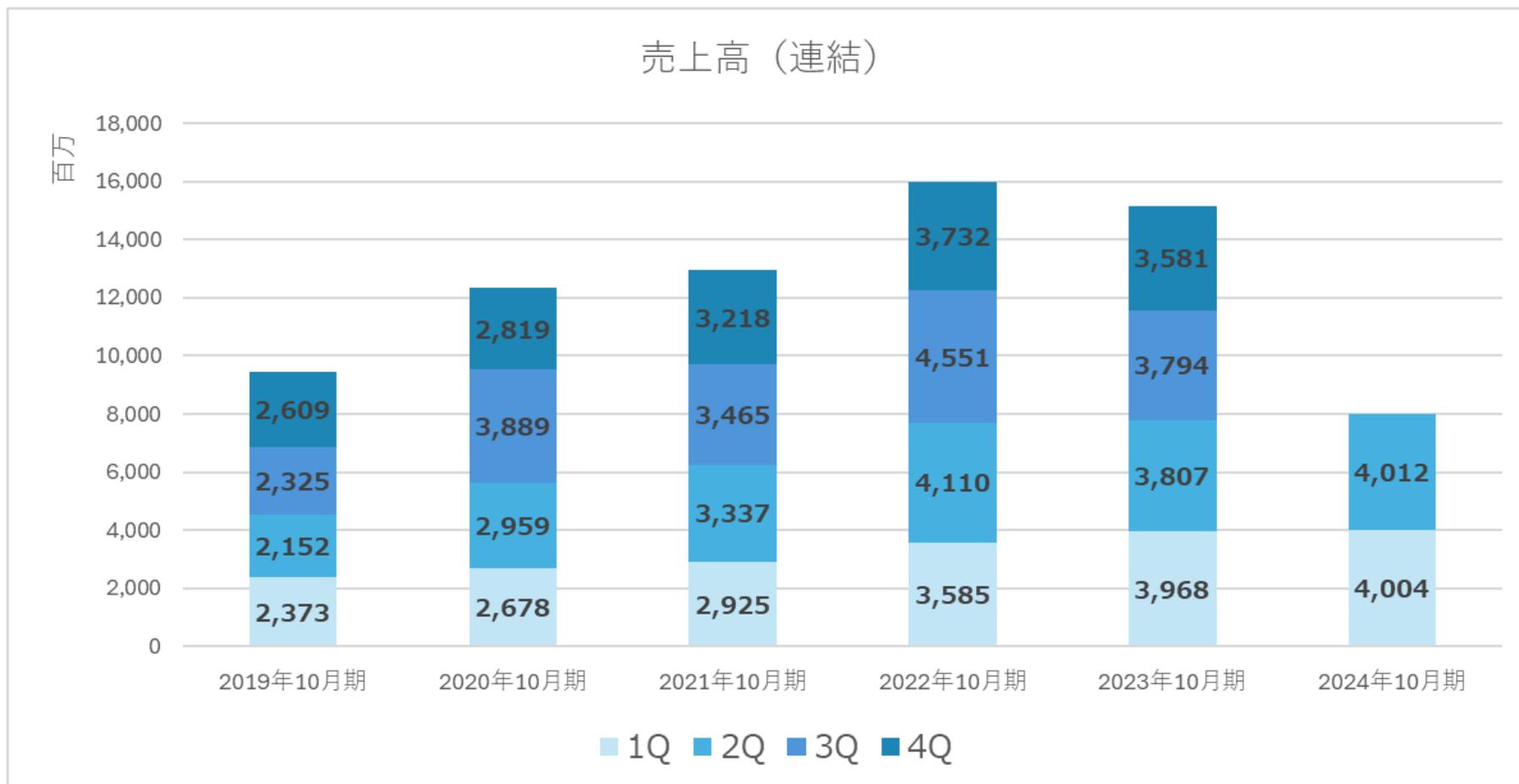
※1 USP事業＝新規事業として、既存のECモールでは実現しにくい特色ある自社ECサイトを多数構築し、それらを有機的に結合させることにより、自社ECサイト群を基礎としたプラットフォーム事業（名称：「Unique Stores Platform 事業」）

※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

ラオスでの子会社設立手続や生産準備、USP事業への投資を実施するも、前年同期比での売上増や為替差損の縮小もあり、経常利益が前年同期の赤字から黒字着地。

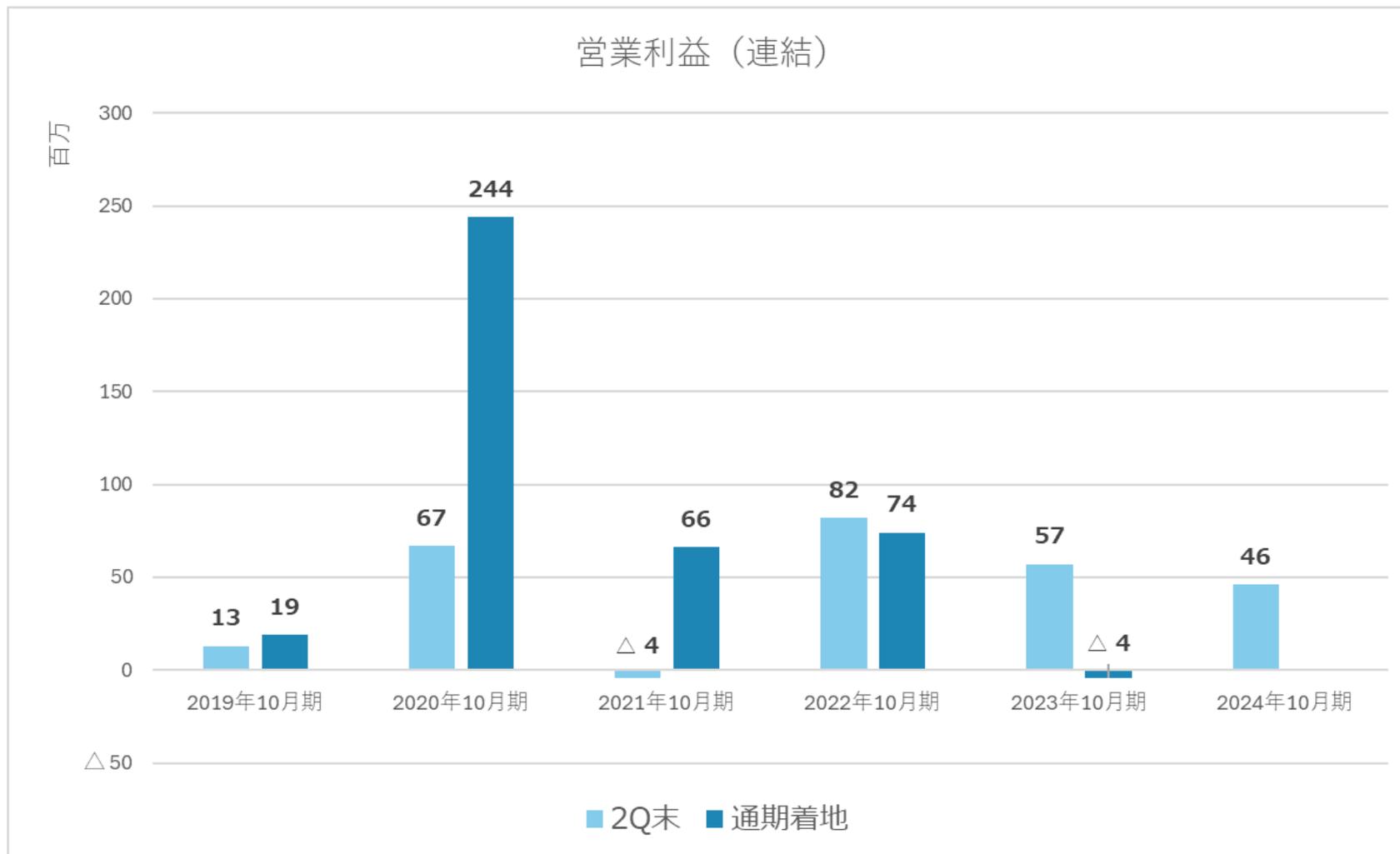
(百万円)	2023年10月期 第2四半期	2024年10月期 第2四半期	前年同期比
売上高	7,775	8,017	+3.1%
営業利益	57	46	△19.6%
経常利益	△11	26	-
親会社株主に帰属する当四半期純利益	△23	6	-

2024年10月期第2四半期の売上高は、全体で前年同期比+3.1%と売上が増加。
2024年10月期第2四半期累計売上高は、ECマーケティング事業、商品企画関連事業ともに、増収。

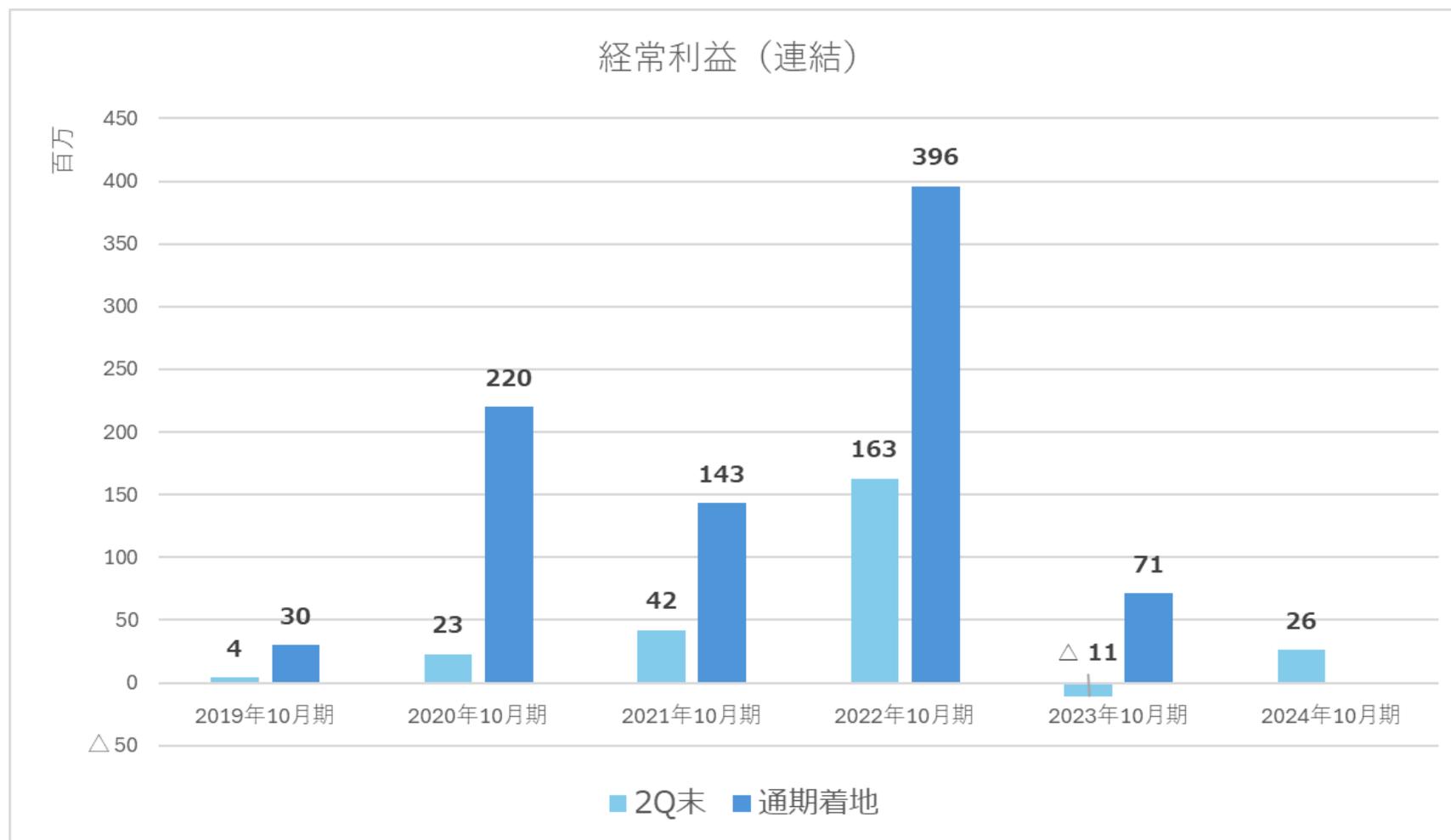


注：ECマーケティング事業の売上高については、2019年10月期第1四半期～2021年10月期第4四半期の期間において「収益認識に関する会計基準」を適用させた形で表示しております。従来は売上計上に伴い、他社が運営するポイント制度において付与されたポイント相当額は、販売費及び一般管理費として処理しておりましたが、2022年10月期第1四半期以降については売上高から控除する方法に変更しております。

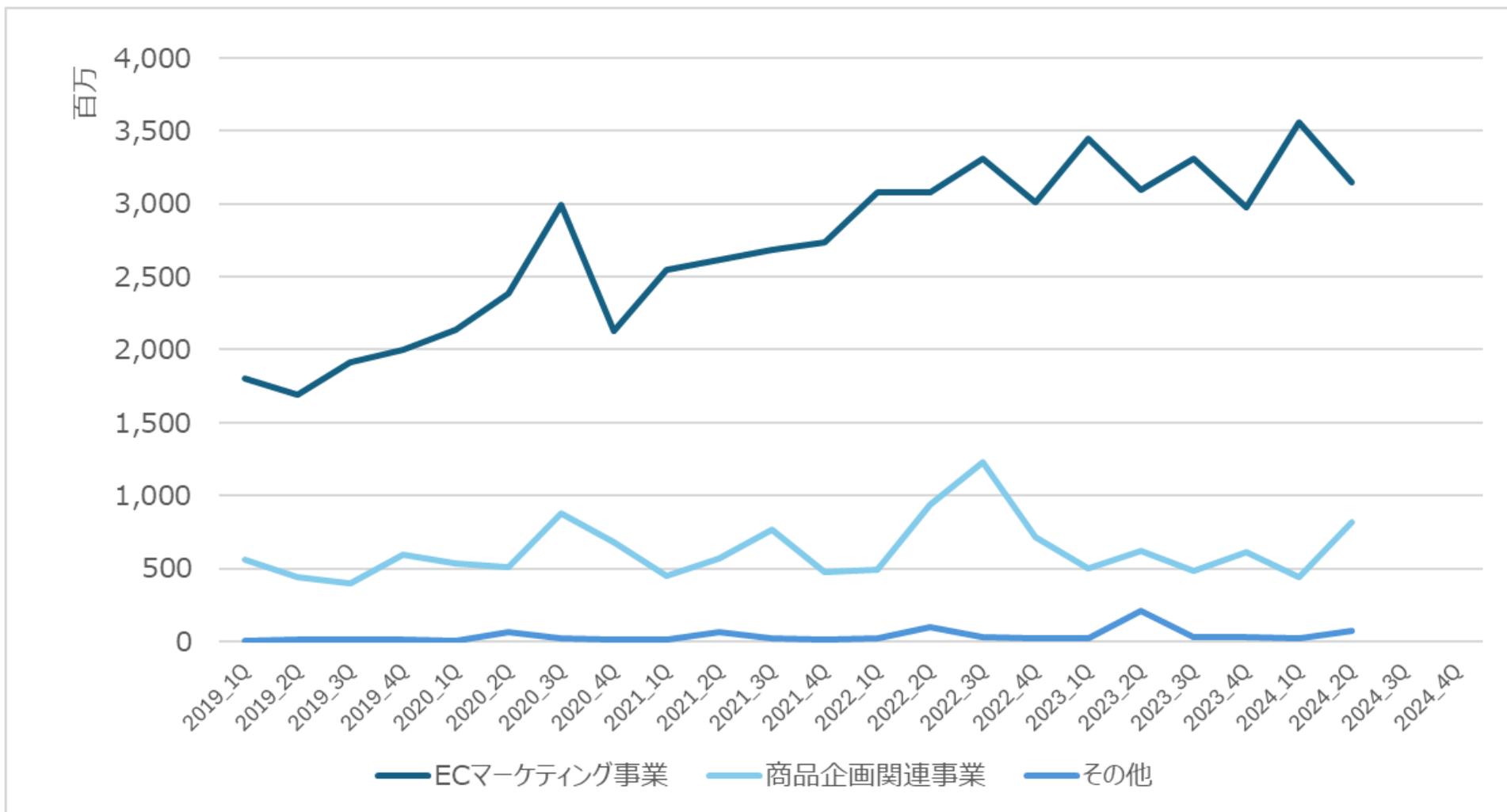
2024年10月期第2四半期の営業利益は、全体で前年同期比 $\Delta 19.6\%$ と減益。
ECマーケティング事業が対前年同期比 $+ 20.4\%$ 、商品企画関連事業が対前年同期比で $\Delta 41.9\%$ 、全体 $\Delta 19.6\%$ の減益。



2024年10月期第2四半期の経常利益は、全体で前年同四半期△11百万円から26百万円の黒字化を達成。ECマーケティング事業の利益が前年同四半期から増益。商品企画関連事業の利益が前年同四半期から減益。為替差損が前年同四半期77,230千円から33,038千円へと縮小。

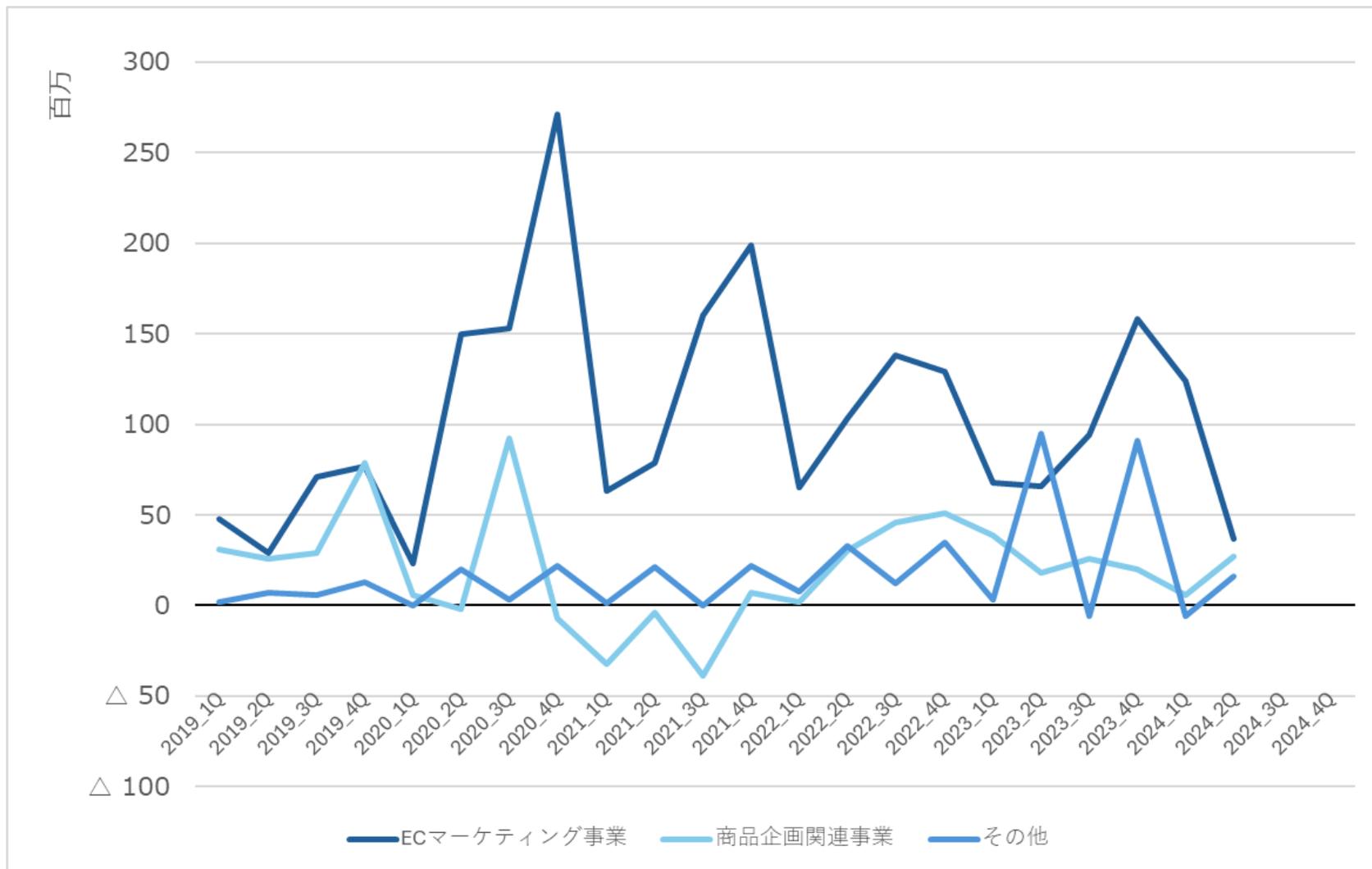


ECマーケティング事業：家具・生活雑貨に加えてD2C商品の売上が堅調に推移、Amazonで大幅な増収となったことにより前年同期比で増収
 商品企画関連事業：出荷が遅延していた影響で当第2四半期において出荷・納品に集中したことから前年同期比で増収



ECマーケティング事業：利益率の高いD2C商品の販売拡大及び物流施策等、各種利益改善の諸施策により利益率が改善

商品企画関連事業：ベトナム子会社での納期の集中及び、取引先拡大のための小ロット生産を戦略的に多数受注していることから一時的な効率性の悪化の影響を受け利益率が低下



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おります。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あります。商品に対する旺盛な需要と所謂チャイナリスクに対応するため、ラオスに生産拠点を準備しています。会社も登記し、2024年8月から生産を開始予定です。

（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）



新型制菌・消臭・温感

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

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

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を企画開発する。これまで培ったマーケティングノウハウを用いてオリジナルブランドを確立していき、ECのみならず量販店へも販路を拡大し、店頭でお客様に手にとって商品の良さを実感して購入していただく事業を推進しています。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。テレビドラマなどでも利用実績が多数あり、2023年には寝具においても機能性繊維を使ったオリジナルブランド「カクシング」を発売しました。今後も商品ラインナップの充実だけでなく、ブランドの充実もはかって参ります。

s!mplus

カクシング

KAKUSHING



製氷機



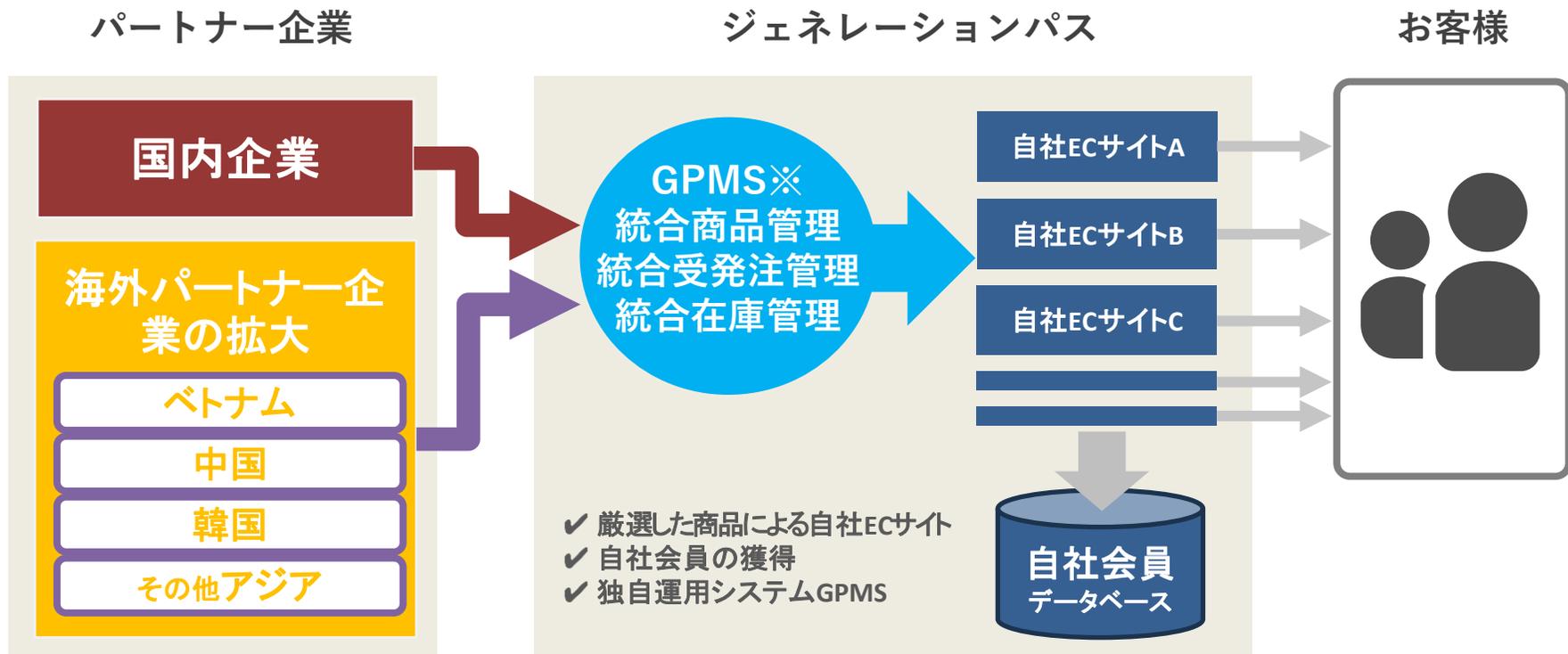
4K対応 テレビ 50型



ディスプレイ冷凍庫



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



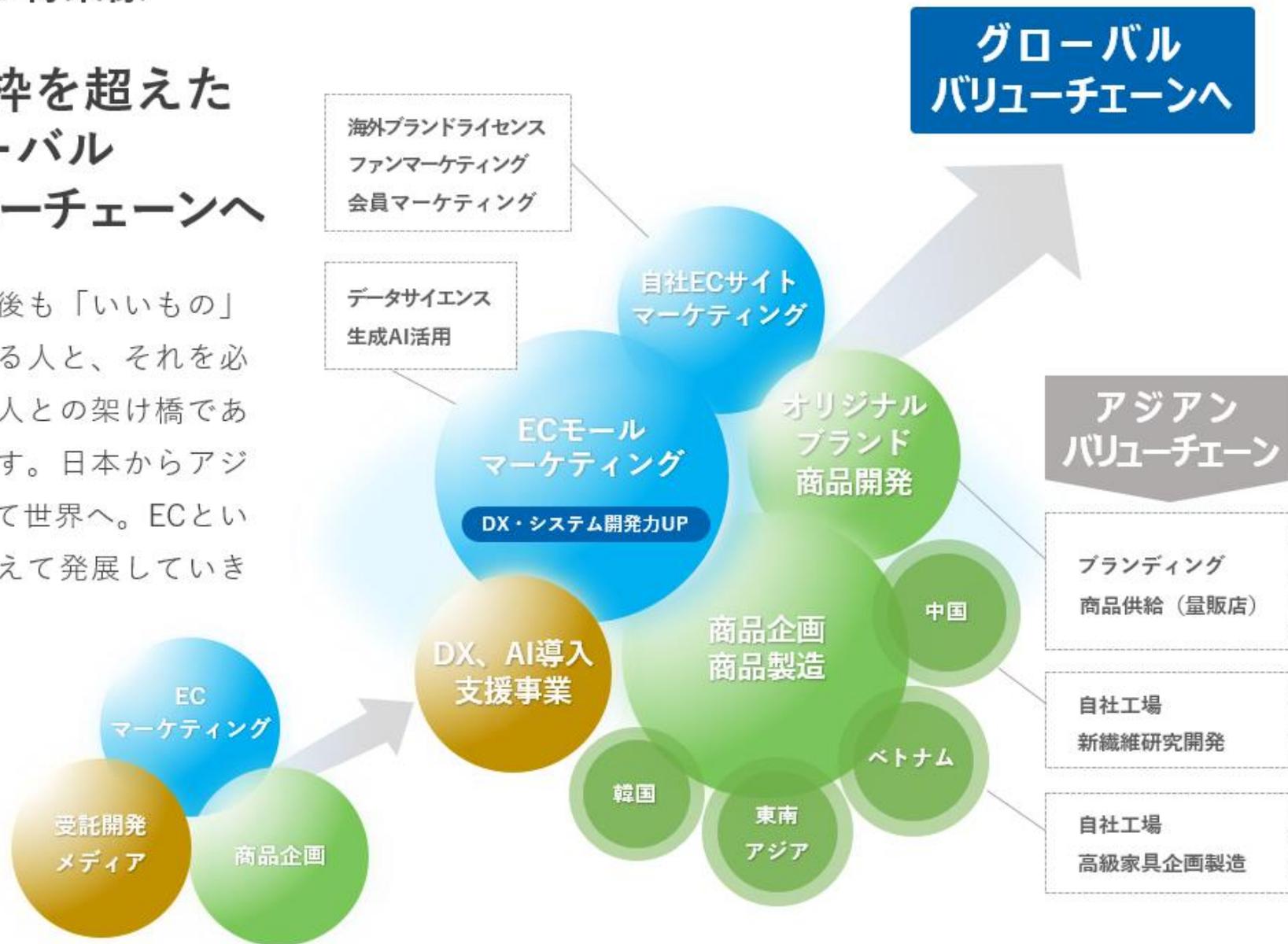
Unique Stores Platform

※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

事業の将来像

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。