

GENERATION PASS

2015年10月期 投資家説明会

株式会社ジェネレーションパス
(東証マザーズ : 3195)

ECマーケティングに新たな価値を

Create New Value for EC Marketing



注) 2015年10月期は10カ月の変則決算となっておりますので、前年同月比についての記載は省略させていただきます。参考までに前期10月期までの累積売上は3,479百万円であり、前年同期比では24.7%の増加となっております。

事業概況

- 2015年10月期の連結売上高は4,338百万円（通期予算達成率104.5%）、営業利益は63百万円（同118.0%）で着地となった。
- 中核事業であるECマーケティング事業の順調な推移と、今期から立ち上がった商品企画関連事業が順調に成長し、売上及び各段階利益とも通期予算を達成。第2四半期以降の第三者割当費用、越境EC事業への投資及び決算賞与の支給の影響を吸収し予算超過で着地。

ECマーケティング事業

- 連結売上高3,742百万円・セグメント利益121百万円。第一四半期で大きな影響を受けた円安要因は対応しつつある。
- 出店店舗数・パートナー企業数・取扱い商品数・PV数・注文数など基本KPIはすべて上昇。

商品企画関連事業

- 連結売上高584百万円・セグメント利益77百万円と、短期間に第二の事業の柱として成長した。新規商品の開発に成功し、来期での売上高増加の基盤を構築。

今後の展開

- ECマーケティング事業の売上高成長率を加速。前年比146.2%の予算を設定。
- 2015年11月に大きな成長が見込める中国越境EC事業への本格参入を開始。2016年10月期はテスト段階として10億円の売上を設定。
- 日中双方におけるECビッグデータを活用した新規事業を開始。中国向けについては2015年11月より第1段階であるデータ販売売上が計上されている。
- 事業提携を推進し、M&Aも視野にいれた拡大を行っていく。

2015年1月	当社初のブランド専門店をYAHOOショッピングにてオープン（7月には楽天市場出店） 「journal standard Furniture」 「ACME Furniture」
2015年2月	商品企画関連事業スタート
2015年3月	ベトナム工場と提携 三菱商事ファッション株式会社（当時：株式会社エム・シー・リビング）との取引開始 し、大手流通小売業向けに主に家具商材の開発スタート
2015年4月	カンボジア工場との提携 ファブリック商品の開発スタート
2015年6月	Charoen Pokphand（チャロン・ポカパン） Group Company Limited（CPグループ）への第3者割当増資の発表
2015年7月	CPGroup からの資本払込完了 中国越境EC市場への進出発表
2015年8月	中国越境EC市場での協業を目的としたディノスセシールとの業務提携
2015年10月	ビッグデータを活用して物流の効率化のためのシステムを開発する米国Weft,Inc.と、アライアンスを視野に入れ同社の株式転換権付き債券を取得
2015年11月	上海政府運営ECモール「跨境通(KJT.com)」へ日本企業第一号として出店 中国企業へ向けて、ビッグデータの販売を開始

2015年計画値達成状況

GENEPA

(単位：百万円)

	15/10期 実績	売上 構成比	15/10期 計画値	通期進捗率
純売上高	4,338	100.0%	4,153	104.5%
純仕入高	3,145	72.5%	3,025	104.0%
売上総利益	1,193	27.5%	1,127	105.8%
販管費	1,129	26.0%	1,073	105.2%
営業利益	63	1.5%	53	118.0%
経常利益	62	1.4%	54	113.6%
当期純利益	40	0.9%	35	113.4%

※ 中核事業であるECマーケティング事業の順調な推移と、今期から立ち上がった商品企画関連事業が順調に成長し、売上及び各段階利益とも通期予算を達成。第2四半期以降の第三者割当費用、越境EC事業への投資及び決算賞与の支給の影響を吸収し予算超過で着地。

業績

GENEPA

2015年10月期連結業績の概要

GENEPA

【連結経営成績】

(単位：百万円)

	14/12期 実績	売上 構成比	15/10期 実績	売上 構成比	前期比	対売上構成 比	15/10期 計画値	計画値売上構 成比	達成率
純売上高	4,413	100.0%	4,338	100.0%	- %	0.00%	4,153	100.0%	104.5%
純仕入高	3,144	71.2%	3,145	72.5%	- %	1.26%	3,025	72.8%	104.0%
売上総利益	1,269	28.8%	1,193	27.5%	- %	-1.26%	1,127	27.2%	105.8%
販管費	1,175	26.6%	1,129	26.0%	- %	-0.60%	1,073	25.9%	105.2%
営業利益	93	2.1%	63	1.5%	- %	-0.66%	53	1.3%	118.0%
経常利益	93	2.1%	62	1.4%	- %	-0.69%	54	1.3%	113.6%
当期純利益	57	1.3%	40	0.9%	- %	-0.39%	35	0.9%	113.4%

▼営業利益の増減分析コメント▼

ECマーケティング事業については、円安に伴う仕入価額の上昇や配送費の上昇が継続しており利益率は落ちているものの、大幅な売上高の増加により営業利益は予算を大きく上回っている。商品企画関連事業については、三菱商事ファッションからの受注が好調。また予算達成に伴い従業員への決算賞与を支給し来期以降の予算達成への基盤を確立。結果として全社的には年間予算達成率118.0%を達成。

【販管費内訳】

(単位：百万円)

	14/12期 実績	対売上高比	15/10期 実績	対売上高比	前期比 対売上高比	増減要因
人件費	148	3.4%	163	3.8%	0.40%	4月からの給料の大幅改定により前年比で増加するものの、対売上高比ではほぼ一定。
荷造包装費	329	7.5%	346	8.0%	0.53%	送料の継続的な上昇による影響
広告宣伝費	140	3.2%	86	2.0%	-1.20%	ビックデータの収集・分析により、対外的な広告宣伝費比率が低下
販売促進費	126	2.9%	109	2.5%	-0.34%	ビックデータの収集・分析により、対外的な販売促進費(主にポイント付与)比率が低下
ロイヤリティ	147	3.4%	149	3.4%	0.08%	主に楽天市場のロイヤリティ上昇の影響
その他	283	6.4%	274	6.3%	-0.08%	
合計	1,175	26.6%	1,129	26.0%	-0.60%	

2015年連結業績の概要

GENEPA

【セグメント情報 前期比較】(単位：百万円)

		14/12期	15/10期
ECマーケティング事業	売上高	-	3,742
	セグメント利益	-	121
商品企画関連事業	売上高	-	584
	セグメント利益	-	77
その他	売上高	-	11
	セグメント利益	-	7

【セグメント情報 四半期推移】(単位：百万円)

		15/3期	15/6期	15/10期
ECマーケティング事業	売上高	1,021	1,125	1,595
	セグメント利益	27	38	54
商品企画関連事業	売上高	141	293	149
	セグメント利益	20	45	11
その他	売上高	0	2	7
	セグメント利益	0	1	5

【連結財政状態】(単位：百万円)

	14/12期	15/10期		14/12期	15/10期
流動資産	1,066	1,978	流動負債	535	516
うち、現預金	88	1,009	うち、買掛金	274	287
うち、売掛金	635	517	うち、未払金	220	171
うち、商品	329	393	うち、借入金	0	0
固定資産	72	39	固定負債	2	2
有形固定資産	3	3	負債合計	537	518
無形固定資産	7	11	純資産合計	601	1,499
投資その他の資産	61	24	負債・純資産合計	1,139	2,017
資産合計	1,139	2,017			

連結四半期累計売上高の推移

GENEPA

連結売上高：4,338百万円

(単位：百万円)

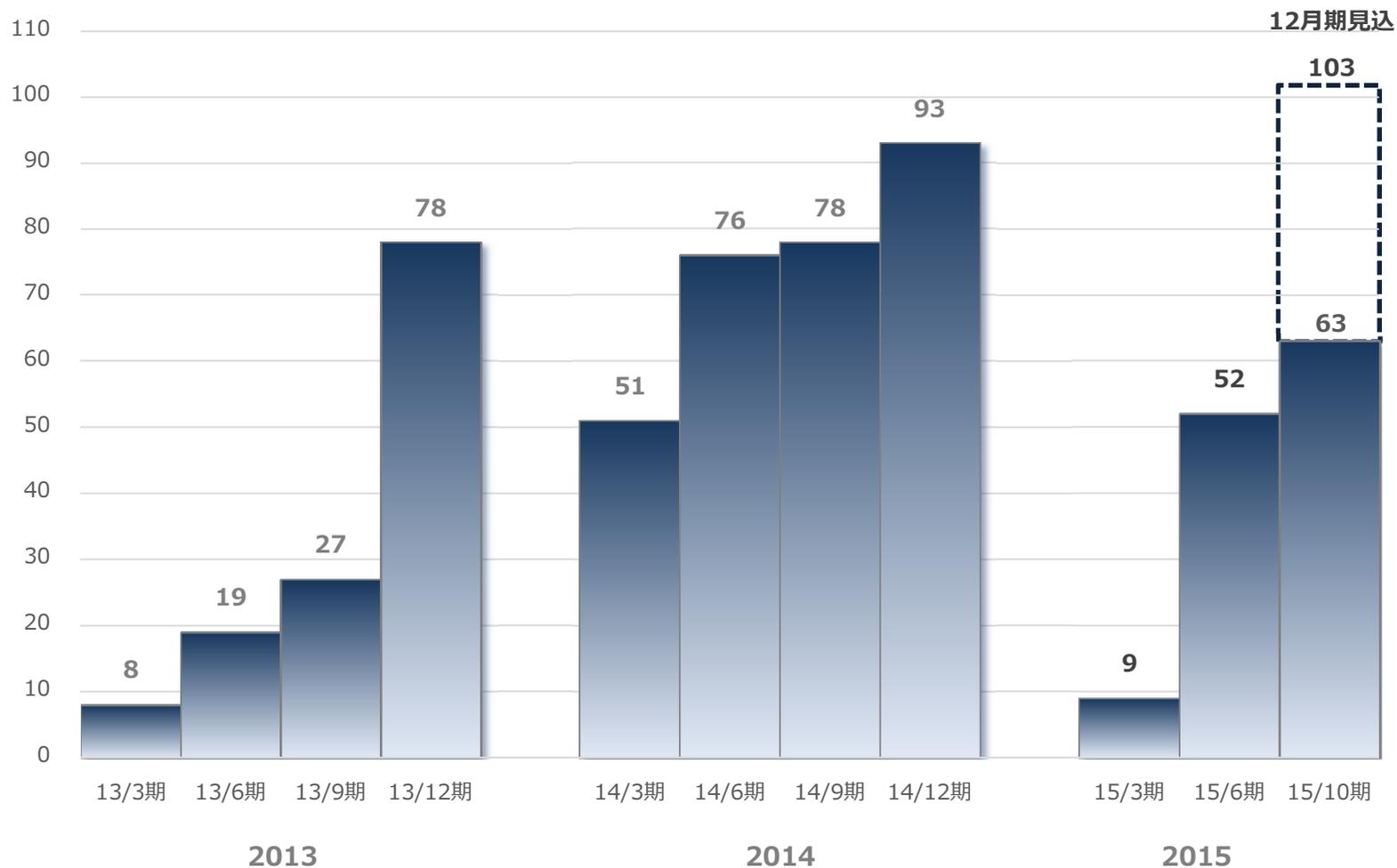


連結四半期累計営業利益の推移

GENEPA

連結営業利益：63百万円

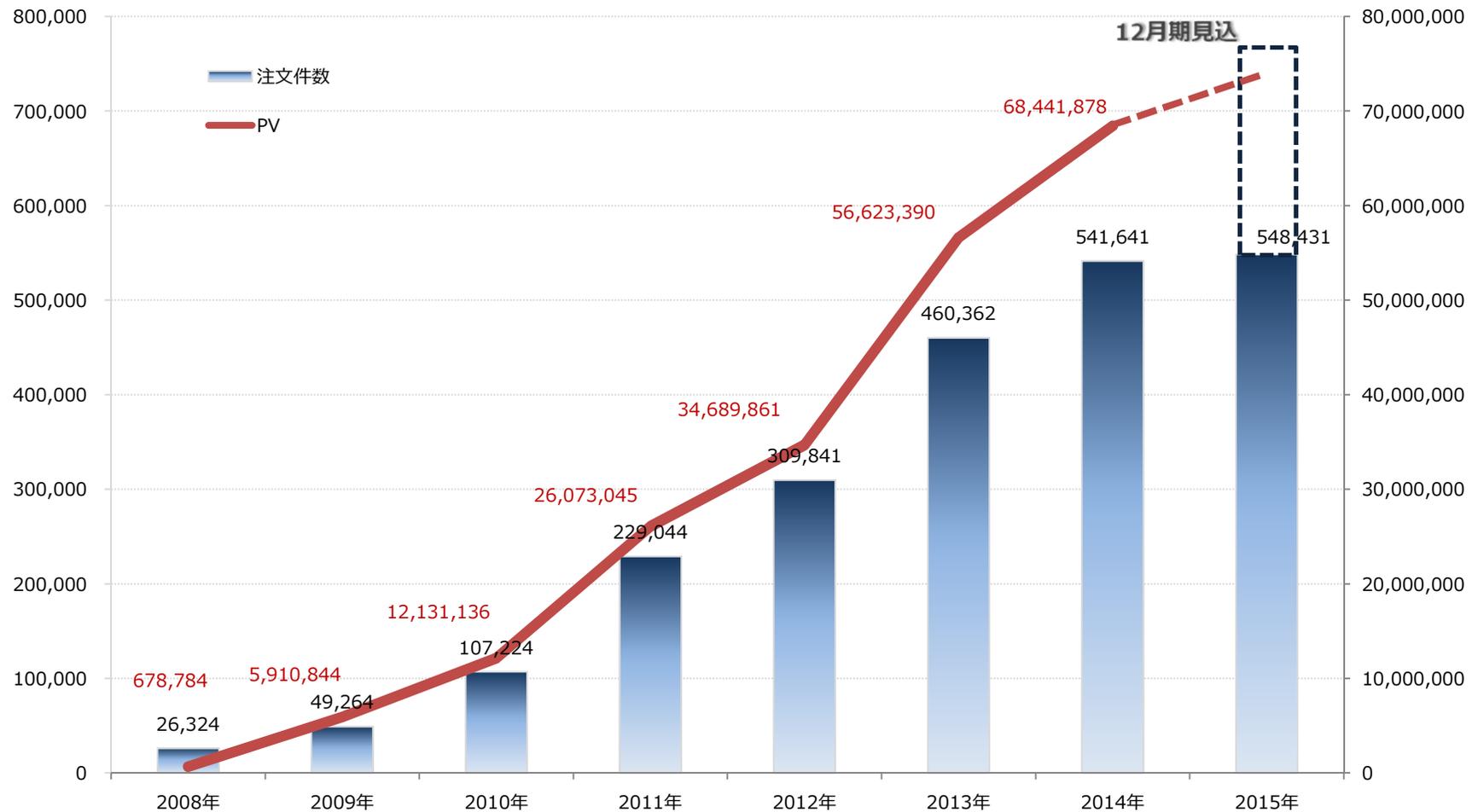
(単位：百万円)



【ECマーケティング事業】円安に伴う仕入価額の上昇や配送費の上昇が継続、利益率は落ちているが、売上高の大幅増加により、営業利益は予算を上回る。
【商品企画関連事業】三菱商事ファッションからの受注が好調。結果として全社的には営業利益年間予算達成率118.0%を達成。

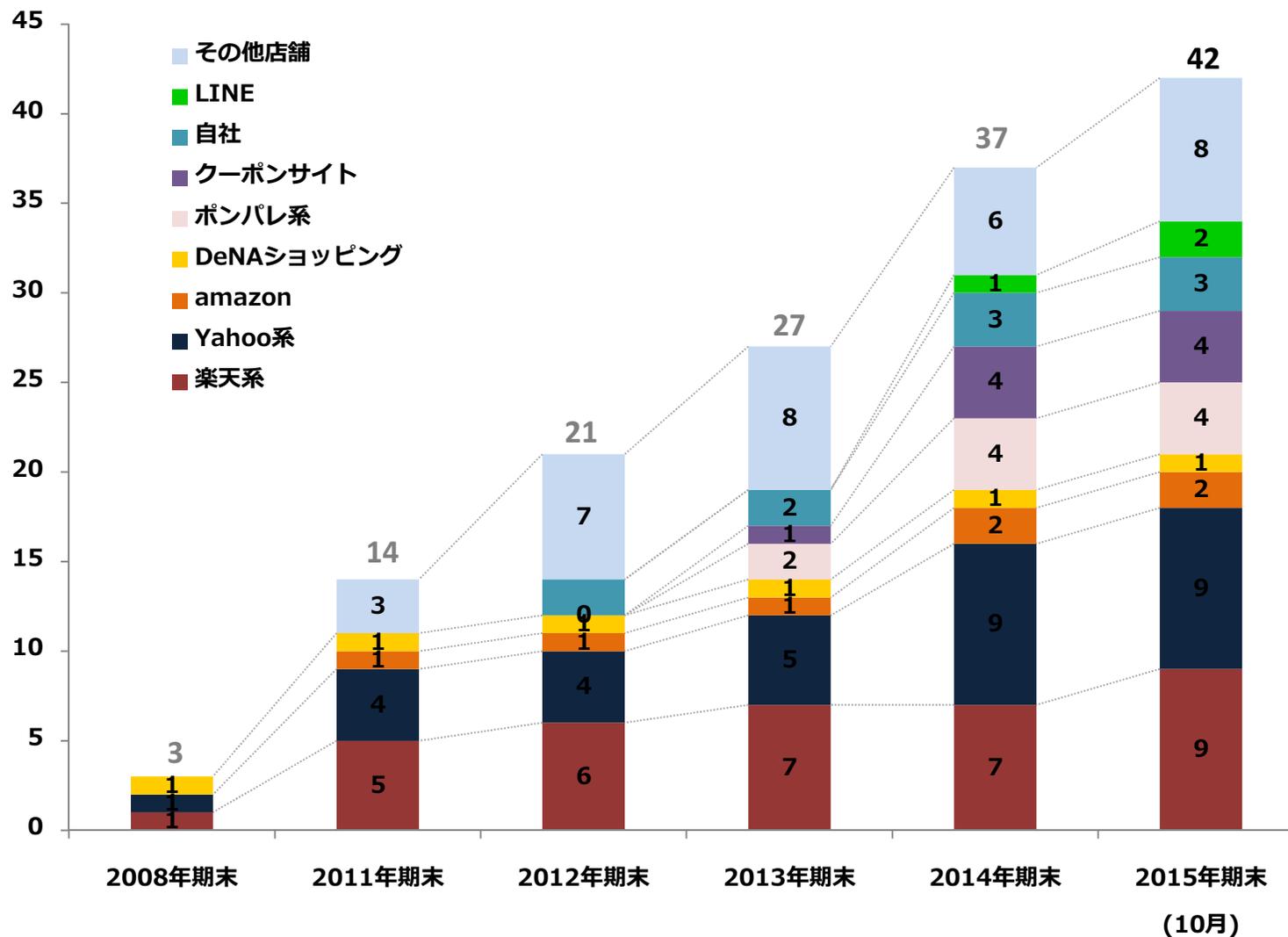
ページビュー数と受注件数

【年間推移】



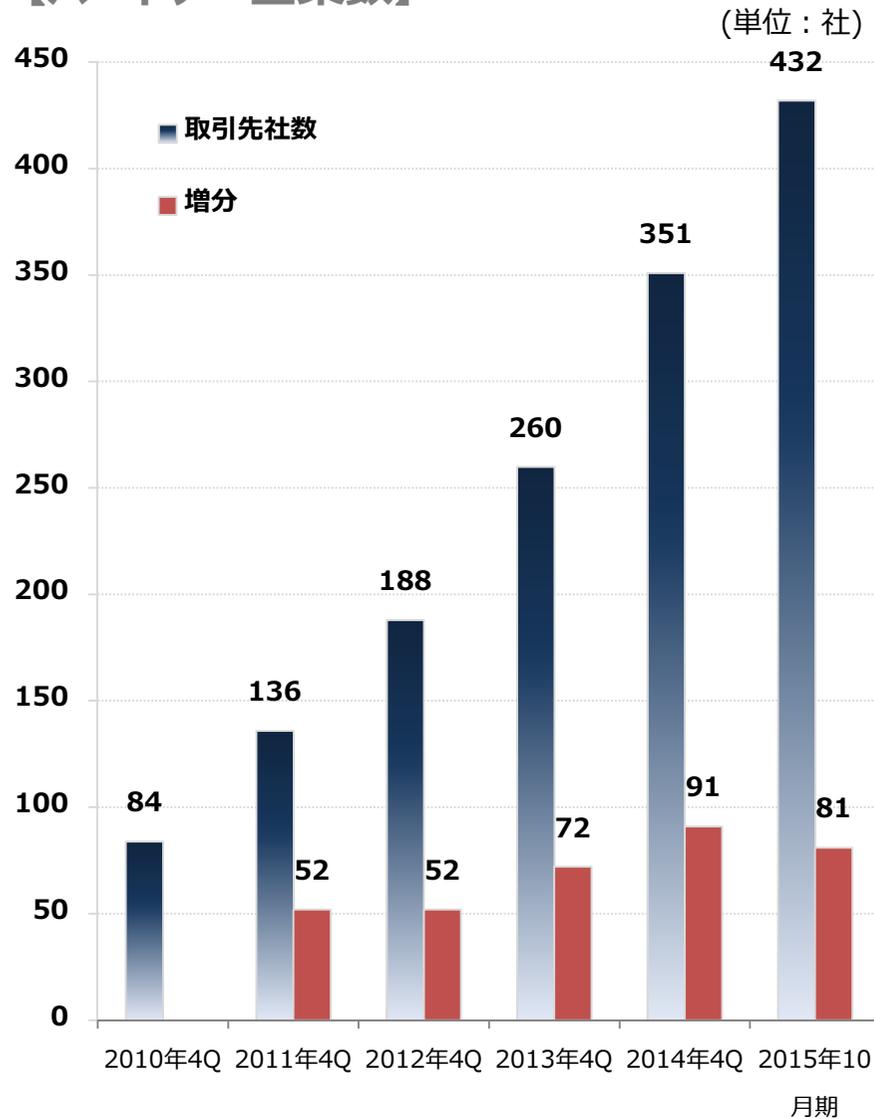
出店数の推移

楽天2店舗、LINE1店舗、他2店舗新規オープン

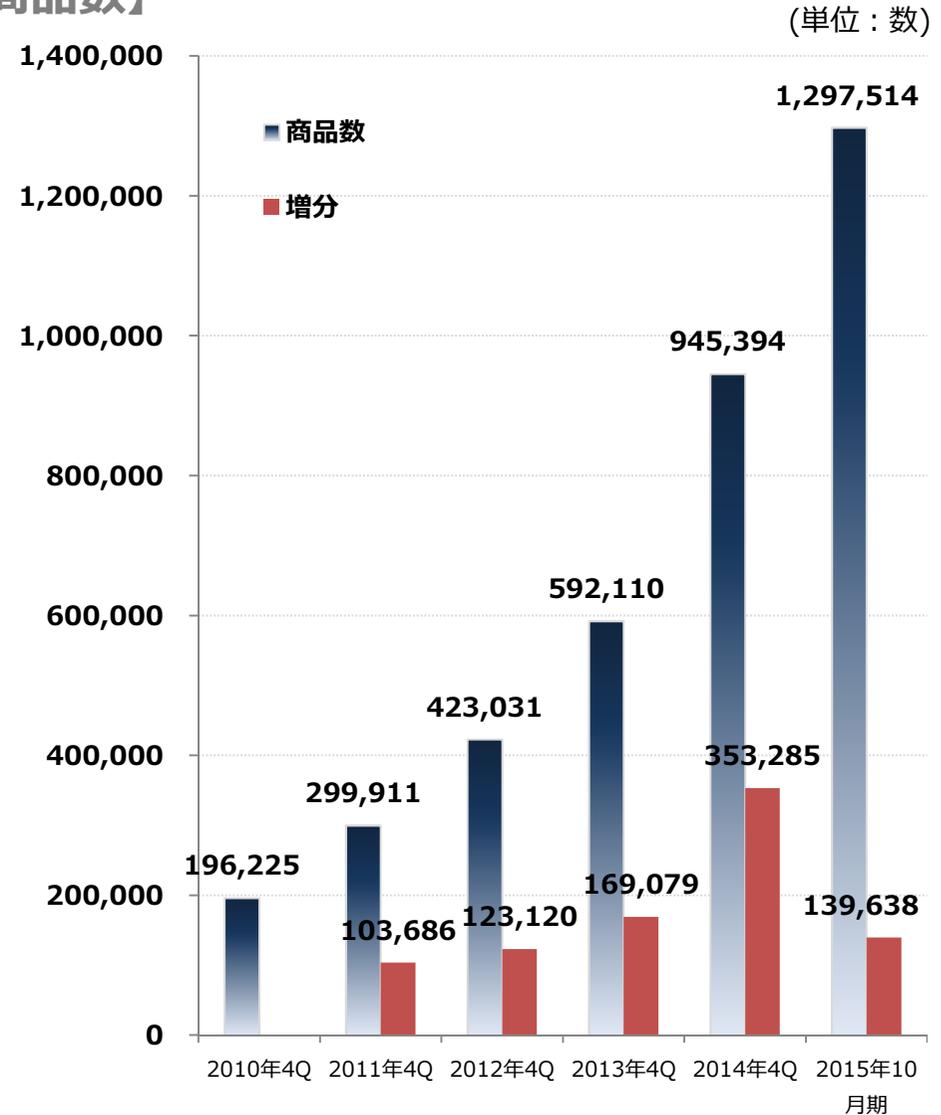


パートナー企業数・取扱商品数の推移

【パートナー企業数】



【商品数】



2016年10月期年間予算

GENEPA

2016年10月期業績見通し

GENEPA

増収増益傾向は継続する。さらなる飛躍の為に、積極的に事業投資を行う予定。

- 連結売上増減率141.4%目標。
- 中国EC事業への積極投資による売上規模の拡大。
- ビッグデータを用いた新規事業の基盤確立
- ECサポート事業の受注拡大
- 積極的なM&A戦略

(単位：百万円)

	平成27年10月期(A) (10ヵ月決算実績)	平成27年12月期見込 (B) (12月決算見込)	平成28年10月 期見込(C)	増減率(C)/(B)
純売上高	4,338	5,368	7,592	141.4%
純仕入高	3,145	3,890	5,491	141.2%
売上総利益	1,193	1,478	2,101	142.2%
販管費	1,129	1,443	1,981	137.3%
営業利益	63	103	120	116.5%
経常利益	62	105	121	115.2%
当期純利益	40	67	76	113.4%

2016年10月期業績見通し(事業別)

GENEPA

▼ECマーケティング事業

	平成27年10月期(A) (10ヵ月決算実績)	平成27年12月期見込(B) (12月決算見込)	平成28年10月期見込(C)	増減率(C)/(B)
純売上高	3,742	4,607	6,734	146.2%
セグメント利益	121	196	268	136.7%

▼商品企画関連事業(新規事業)

	平成27年10月期(A) (10ヵ月決算実績)	平成27年12月期見込(B) (12月決算見込)	平成28年10月期見込(C)	増減率(C)/(B)
純売上高	584	731	818	111.9%
セグメント利益	77	55	58	105.5%

▼その他事業

	平成27年10月期(A) (10ヵ月決算実績)	平成27年12月期見込(B) (12月決算見込)	平成28年10月期見込(C)	増減率(C)/(B)
純売上高	11	30	44	146.6%
セグメント利益	7	10	15	150.0%

今後の展望

GENEPA

脅威

為替変動

機会

ECマース市場拡大



課題

国内販売依存

蓄積されたビッグデータの活用

品揃え強化・拡充



重点施策

海外事業への展開
(中国クロスボーダー事業)
2016年度目標10億円

既存事業の拡充
取扱高ベースで前年比
146%成長目標

ビッグデータ分析
による新規事業
スタート

『中国クロスボーダー事業の推進』

【背景】

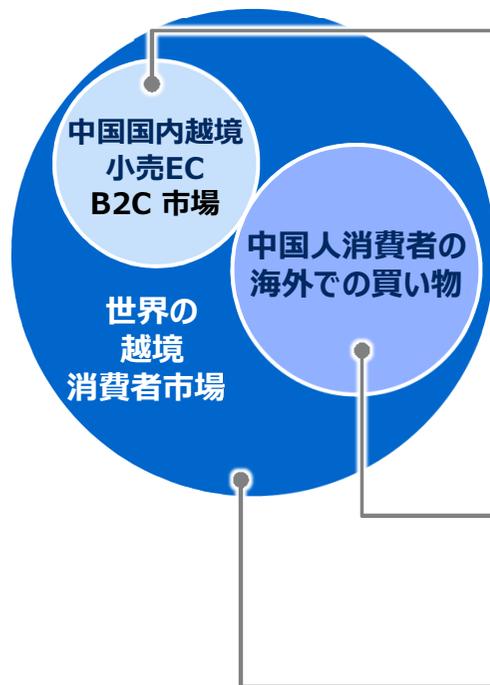
- ・急激な為替変動へのヘッジとしての外貨建販売取引の必要性
- ・既存事業のノウハウの海外展開
- ・隣国であり、2018年には、現在の2倍以上と加速的かつ継続的な拡大が見込まれる中国市場が出現
- ・CPグループという、適切なパートナー企業と提携完了

各国越境EC市場規模推計(2014~2018年) (単位: 億円) (単位: %)

消費国	販売国	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2018/2014
中国	日本	6,064	8,006	9,994	12,047	13,943	
	米国	6,290	8,305	10,366	12,496	14,463	
	(合計)	12,354	16,311	20,360	24,543	28,406	229.9%

出展「平成27年5月経済産業省 商務情報政策局 情報経済課による電子商取引に関する市場調査」

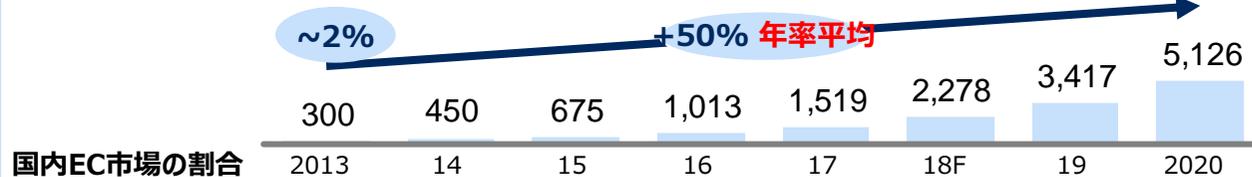
▼越境EC小売市場と海外購買からなるクロスボーダー市場は、2020年には22兆円を超える見通し



短期的なターゲット市場 (狭い市場)

越境EC小売市場の市場サイズ(輸入のみ)

RMB 100 m = 20億円



国内EC市場の割合

- ・ 中流階級人口と購買力の継続的な伸び (~3% 年率平均) 海外の高品質製品への高まる需要を導いている
- ・ 関税政策は将来的に弱くなるが、国内と海外市場での価格差は残り、よって越境EC市場は存在し続ける

中期的なターゲット市場(広い市場)

- ・ 海外旅行での中国人消費者の買い物の市場規模 は大きい
 - 市場規模 は2014年に4億円にもなった
 - 将来的な年間成長率は13%にもなる見通しで2020年には12億円になる

長期的なターゲット市場(広い市場)

- ・ 遠い未来には中国の越境ECのプラットフォームは世界の消費者の輸出入の需要を満たす可能性もある
- ・ 国内消費者のハイエンド商品へのニーズを満たすために使われる (例.都市間の新鮮野菜の輸送が 最初から終わりまで追跡可能)

【実行施策】

- 2015年6月 CPグループへの第三者割当増資発表し、弊社の大株主となる。
- 2015年7月 払込完了、CPグループ等5大企業が設立するクロスボーダー（越境）EC事業の前段であるKJT（跨境通）へのサポート開始
- 2015年8月 中国越境EC市場での協業を目的としたディノスセシールとの業務提携
- 2015年11月 上海政府運営の「KJT」へ日本企業として初出店

『上海政府運営・越境ECモール「KJT.COM」へ参加』



- CPグループとの共同により、日本企業初出店
- ディノスセシール商品を弊社中国店舗にて取扱い
- 日本国内企業のKJT出店サポート

『既存事業の拡充』

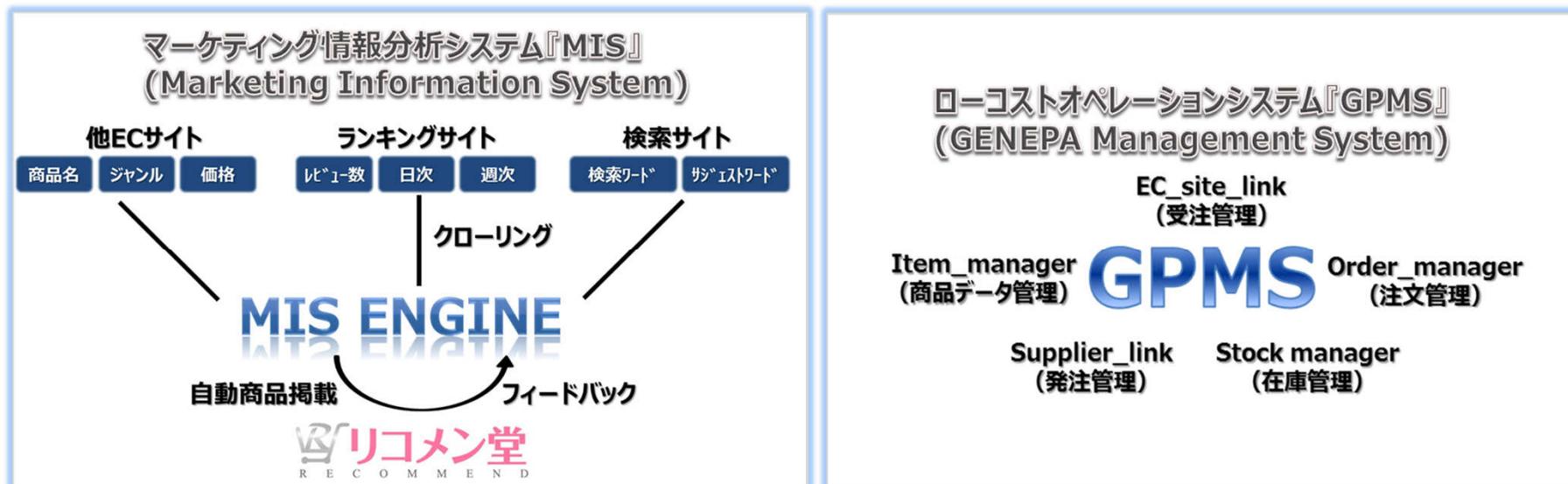
【ECマーケティング事業】

- ◆ 店舗数、取引社数、商品数の拡大
- ◆ システム強化による利益率の向上
- ◆ 自社スタジオ強化による商品コンテンツの拡充
- ◆ 中国EC事業の円滑な立ち上げ及びマーケットシェアの獲得
- ◆ 売れ筋データ分析によるパートナー企業様の販売支援
- ◆ ビッグデータ販売
- ◆ システム受託

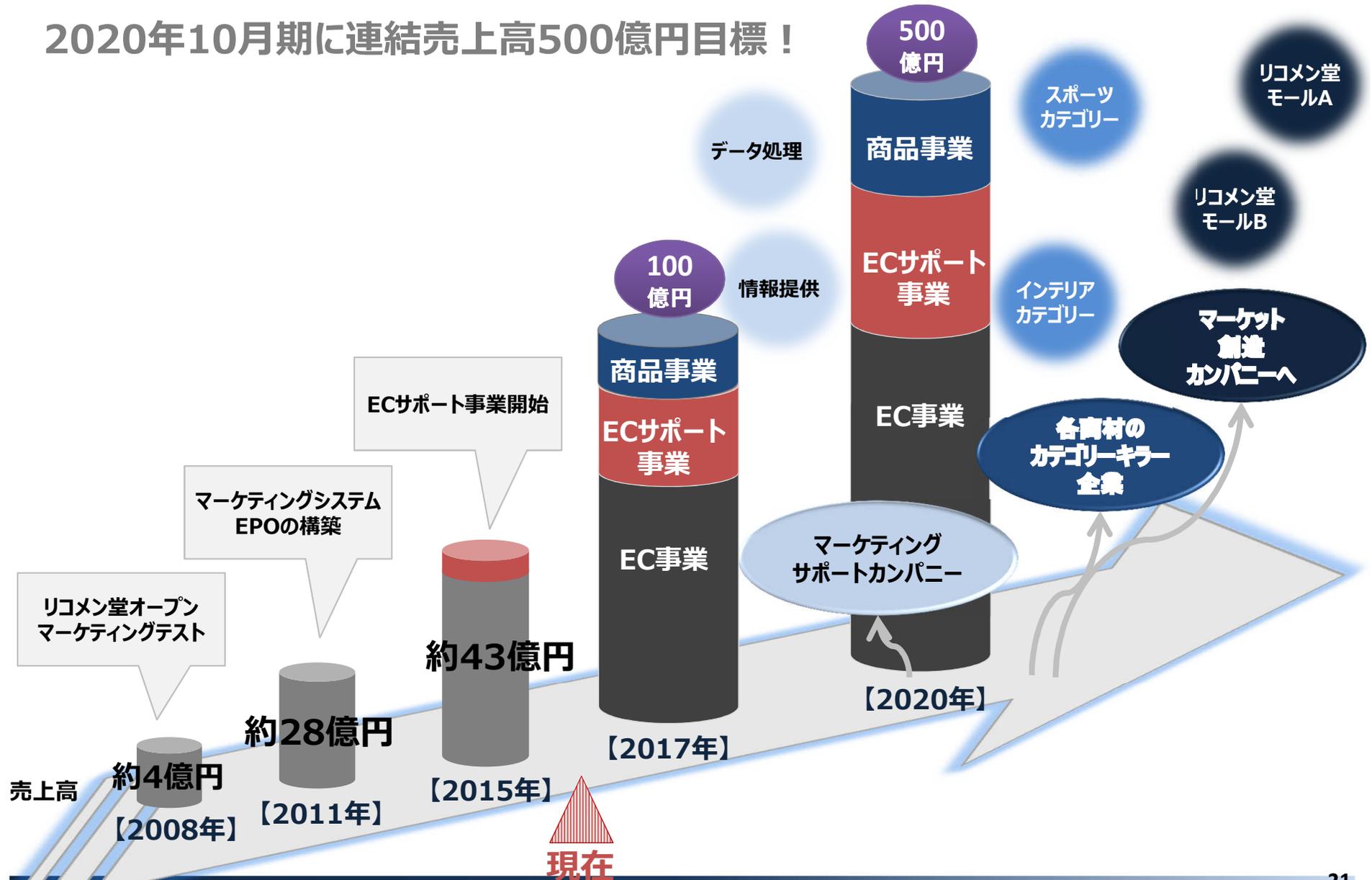
【商品企画関連事業】

- ◆ 商材の拡大（家具・ファブリックに加えて、寝具等その他商材）
- ◆ 取引社数の拡大
- ◆ 提携工場の拡大
- ◆ 取扱商品種類の拡充

- これまで社内用に蓄積してきた、売れ筋情報・評価情報等のビッグデータをビジネス化。
- BtoCおよびBtoBの両面でのマネタイズを検討中。
- 国内向け及び中国向けの両面で展開。2015年11月より中国企業向けのデータ販売開始。



2020年10月期に連結売上高500億円目標！

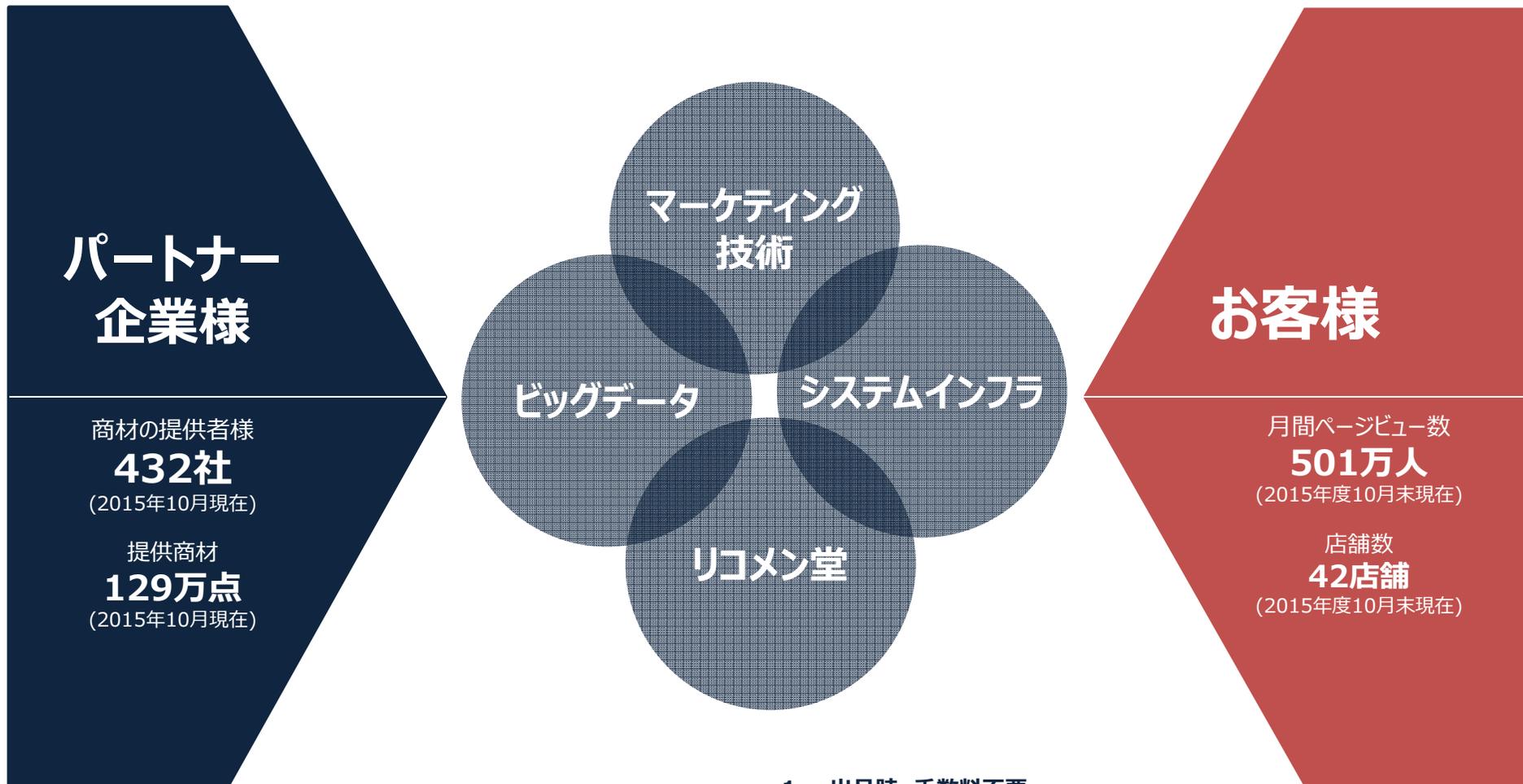


參考資料

GENEPA

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	<p>ECマーケティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●EC事業 <ul style="list-style-type: none"> -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 <ul style="list-style-type: none"> -インターネット通販での新規出店・販売・運営支援 <p>商品企画関連事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●新規商品の提案、共同開発 <p>その他事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●思い出事業（アルバム及び写真のデジタル化サービス） ●ソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業 														
役員構成	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役</td> <td>岡本洋明</td> </tr> <tr> <td>取締役(運営マーケティング担当)</td> <td>久野貴嗣</td> </tr> <tr> <td>取締役(財務担当)</td> <td>鈴木智也</td> </tr> <tr> <td>取締役(システム担当)</td> <td>桐原幸彦</td> </tr> <tr> <td>常勤監査役</td> <td>粕谷達也</td> </tr> <tr> <td>社外監査役</td> <td>内山和久(公認会計士)</td> </tr> <tr> <td>社外監査役</td> <td>次廣秀成(株式会社アジ アビ ジ ネスコンサルティング)</td> </tr> </table>	代表取締役	岡本洋明	取締役(運営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	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)
代表取締役	岡本洋明														
取締役(運営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														
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	622, 112千円 (2015年12月22日現在)														
発行株数	2, 055, 010株 (2015年12月22日現在)														
従業員数	54名(パート・アルバイト含む) 平均社員給与3, 330千円 (2015年10月末実績値)														

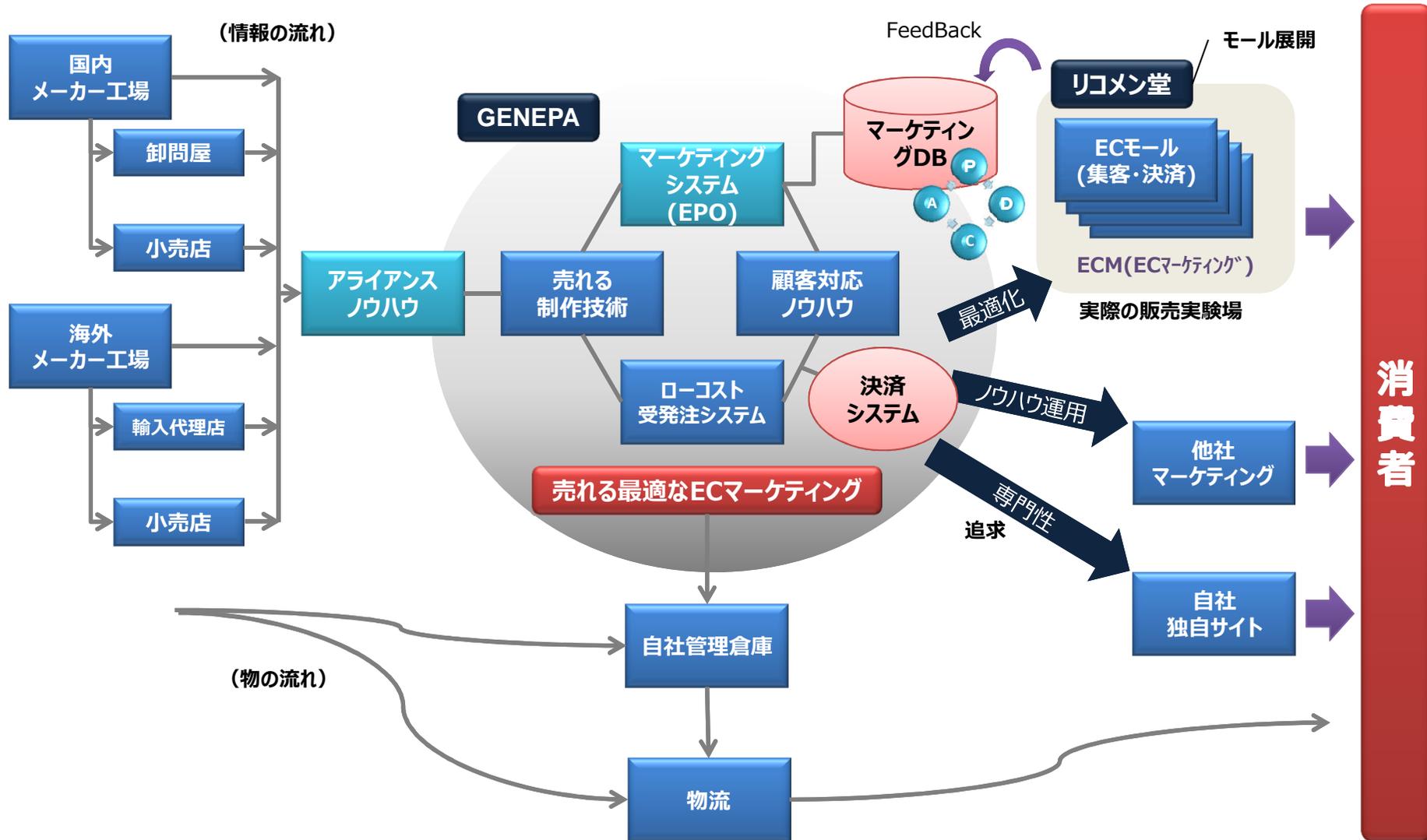
インターネット上で売れる仕組みを創る会社



パートナー企業様が「リコメン堂」へ出品するメリット>>

1. 出品時、手数料不要
2. 新商材のテストマーケティングが可能
3. 販売企画・撮影～顧客サポートまで、全て当社で対応

独自で構築したEコマースに特化したマーケティング「EPO」を基礎としたMIS(マーケティングインフォメーションシステム)とローコストオペレーションを可能とした受発注システムにより、最適な商流を創り出す事業



「EPO(EC Platform Optimization)」

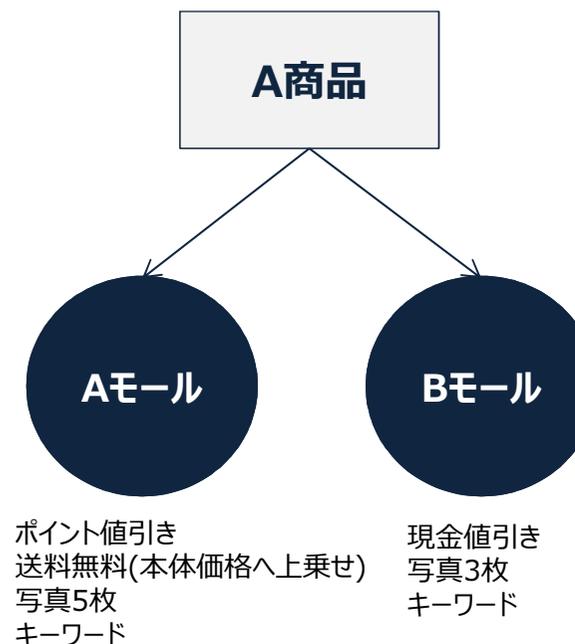
ECモールをマーケティングインフラとして捉え、商品の販売を最適化するマーケティング手法

EPOの概念



- 有名なECサイトから、画像、テキスト、価格を自動調査し、最適な掲出方法を分析
- 商品特性毎に最適な売り方をパターン化し蓄積

EC毎のきめ細かな対応



- 検索ワード上位を自動抽出、商品と数多くのワードを紐づけ、モール内での露出を高める
- 機動的な販促を展開、活動関連商品からの誘導も

「EPO」導入より、EC市場は年率平均 + 13% で成長の中、当社は年率平均 + 44% で成長

(※2)

※1 SEO(Search Engine Optimization) : 消費者による検索結果の上位に自社サイトを表示し、訪問者数を増加させることを目的とした広告手法

※2 2010年~2014年の5年間EC(BtoC)市場成長率(経済産業省)/2010年~2014年の当社の売上高の前年比率平均

『CPグループへの第三者割当増資』

中国EC市場進出にあたり、文化や商慣習を熟知し、現地の人脈を持つ
アジア有数の財閥グループ企業への増資引き受け

【調達資金】

調達資金 : 857,850千円
払込完了日 : 2015年7月2日

【資金用途予定】

具体的な用途	金額(千円)	支出予定時期
①中国企業との資本提携又は買収	500,000	平成27年7月～平成28年3月
②運転資金	253,624	平成27年7月～平成29年10月
③システム開発要員の人件費又は外注費及びマーケティング費用	100,000	平成27年7月～平成29年10月

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://ssl.genepa.com/inquiry/>