

|| 企業調査レポート ||

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年7月14日(金)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2023年10月期第2四半期の連結業績概要	01
2. 2023年10月期の連結業績見通し	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	03
1. ECマーケティング事業	03
2. 商品企画関連事業	04
3. 受託開発事業	04
4. その他事業	04
5. 成長拡大が見込まれるロールアップモデルを採用	04
■ 業績動向	05
1. 2023年10月期第2四半期の連結業績概要	05
2. セグメント別業績	06
3. 財務状況	07
■ 今後の見通し	08
1. 2023年10月期の連結業績見通し	08
2. 事業戦略	09
■ 株主還元策	10

要約

2023年10月期第2四半期は増収減益。 海外での生産や営業活動は本格的に再開

ジェネレーションパス<3195>は、インターネット通販サイト「リコメン堂」を多店舗運営するマーケティング支援サービス企業である。同社の基本的なビジネスモデルは、商材メーカーに寄り添って、特定のECプラットフォームに特化したアプローチを行う独自のWebマーケティング手法「EPO（EC Platform Optimization）」を活用して拡販支援サービスを行うものである。

1. 2023年10月期第2四半期の連結業績概要

2023年10月期第2四半期の連結業績は、売上高7,775百万円（前年同期比1.0%増）、営業利益57百万円（同30.0%減）、経常損失11百万円（前年同期は163百万円の利益）、親会社株主に帰属する四半期純損失23百万円（前年同期は121百万円の利益）となった。ECサイト「リコメン堂」での家具・生活雑貨などの売上は引き続き好調であったが、前期に大型受注があった商品企画関連事業は反動で減収となったため、グループ全体の売上高は微増となった。営業利益はプライベートブランド（以下、PB）商品の開発や物流施策など利益改善の取り組みを進めたが、円安やエネルギー価格高騰に伴う仕入価格の上昇や物流コストの増加を吸収できず、前年同期を下回った。また営業外費用で、ベトナム子会社であるGenepa Vietnam Co.,Ltd（以下、ジェネパベトナム）が有する外貨建債務に係る為替差損77百万円を計上したことが最終損益に影響した。

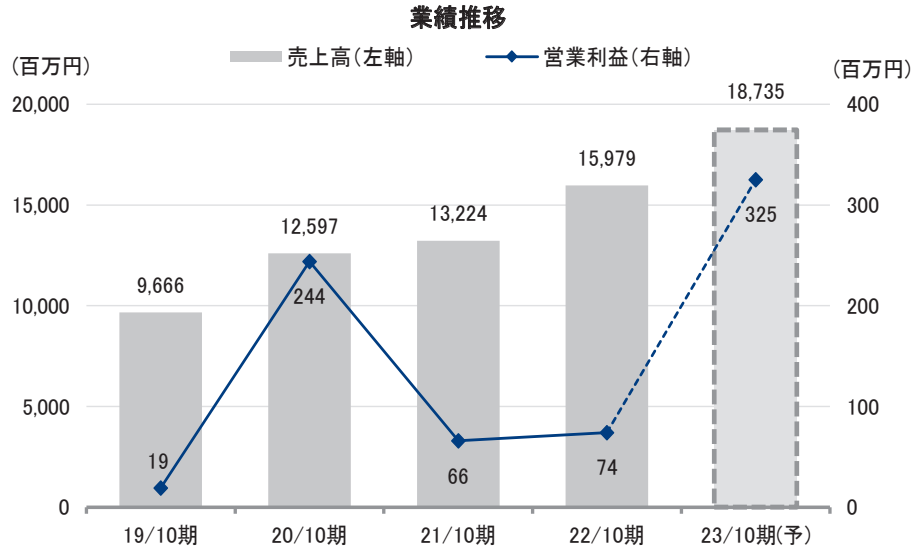
2. 2023年10月期の連結業績見通し

2023年10月期の連結業績予想は、売上高18,735百万円（前期比17.2%増）、営業利益325百万円（同339.4%増）、経常利益380百万円（同4.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益248百万円（同27.7%減）と期初計画を据え置いた。同社では、「リコメン堂」の203万点を超える商品や69の店舗管理、ビッグデータの収集・解析など事業の根幹を支えるシステムの開発に注力しながら、マーケティングデータを活用した商品企画・開発を進め、取扱商品数、パートナー企業数を増やしていくことを最重点課題としている。2023年4月にはシステム開発に新たに人材を投入した。商品企画関連事業においては、海外渡航制限がなくなり、現地サポートにより中国、ベトナムなどの生産・営業活動は本格化し、国内外の新規顧客開拓も円滑に進む見通しである。

Key Points

- ・自社サイト「リコメン堂」は家具・生活雑貨などが好調に推移
- ・人材の投入・教育などシステム開発投資を進め、自社のマーケティング能力の向上を図る
- ・海外の生産・営業活動が本格化し、国内外の新規顧客開拓が期待される
- ・コスト上昇分の販売価格への適正な反映や自社PB商品の企画開発を強化し利益改善を図る

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

インターネット通販サイト「リコメン堂」を多店舗運営する マーケティング支援サービス企業。 国内 EC 事業を核にして M&A を含む戦略投資で事業拡大を図る

同社は、創業者で代表取締役社長である岡本洋明（おかもとひろあき）氏によって 2002 年 1 月に思い出写真のアーカイブ化・映像化システムの製造販売を事業目的として設立された。写真や映像など記憶に残るデジタルデータを「世代を超えた人と人との架け橋」になって伝えようという思いが社名の由来である。2007 年 6 月にはネットマーケティング事業に参入し、インターネット通販サイト「リコメン堂」を開設した。その後、大手の EC モール各社との業務提携などにより、EC マーケティング事業を主力として業容を拡大した。2014 年 9 月に東京証券取引所マザーズ市場に株式上場して資金調達を図り、2018 年 9 月に Web マーケティングに必要なソリューションを提供する（株）カンナートを完全子会社化した。2019 年 10 月にはベトナムに子会社ジェネパベトナムを設立し、2020 年 4 月には青島新綻紡貿易の株式を追加取得するなど、M&A を含む戦略投資によって飛躍的な事業拡大を図っている。なお 2022 年 4 月に、同社は東京証券取引所グロース市場へ移行した。

■ 事業概要

自社運営の通販サイト「リコメン堂」を運営する EC マーケティング事業が主力事業

同社グループの事業は、同社及び連結子会社である（株）トリプルダブル、中国子会社である青島新綻紡貿易とその子会社である青島新嘉程家纺有限公司、カンナート、（株）フォージ、ジェネパベトナムの計 7 社で構成されており、EC サイトで商品販売を行う「EC マーケティング事業」、マーケティングデータを基に商品の企画サポートを行う「商品企画関連事業」、子会社トリプルダブルがソフトウェアの受託開発及びシステム開発を行う「受託開発事業」、メディア事業を行う「その他事業」を展開している。

1. EC マーケティング事業

EC マーケティング事業は、同社グループが直接運営する EC サイト「リコメン堂」などを通じて一般消費者向けに商品販売を行う「マーケティング事業」と、同社グループの各種マーケティング機能を、EC サイト運営を検討中もしくは既に運営しているクライアント企業向けにサービス提供する「EC サポート事業」とに分けられる。同社の売上高の約 8 割を占める中核事業である。

(1) マーケティング事業

マーケティングの基礎となるビッグデータを、同社グループが運営する EC サイト「リコメン堂」のほか、Amazon や楽天市場、Yahoo! ショッピングなどの EC モールやインターネット全体から収集・分析し、同社グループと取引のあるメーカー及び卸売業者から提案された商品について、消費者の購買につながる可能性の高いキーワード、商品画像、価格等を設定し、同社グループ EC サイトで販売を行う事業である。

同社グループは、特定の EC プラットフォームに特化したアプローチを行う「EPO」という独自かつ汎用性のあるマーケティング手法を活用し、インテリア、ファッション、美容コスメ、スポーツ、キッズ・ベビー、家電、食品、日用品など、幅広いジャンルの商品を取り扱っている。店舗については「リコメン堂」の屋号で、ジャンル別に複数のモールにまたがり、2022 年 10 月期末時点で計 69 店舗が出店し、パートナー企業数は 837 社、取扱商品数は 203 万点を超える。足元においても店舗及びパートナー企業数、取扱商品数は増加傾向にある。

(2) EC サポート事業

同社グループの各種マーケティング機能を、今後 EC サイトの運営を検討、または既に運営している企業向けに提供する事業である。同社グループが獲得した各種マーケティングデータを活用し、戦略的な EC サイトの構築及び運営代行や、対象となる EC サイトへの売れる商品情報の提供、店舗デザインの編集、商品構成（選定）と最適な検索キーワード及び商品ページの作成、集客、顧客対応等の運営支援を全般的に行い、サービスとして提供している。

事業概要

(3) Web制作・開発事業

キャンペーンやプロモーションの戦略立案から Web 制作、システム開発、運用まで、各分野のスペシャリストがワンストップで行うほか、コンテンツ運用やマーケティングサポート、顧客集客、保守管理などを、一括受託または共同事業として展開し、事業開発を総合的にサポートする。

2. 商品企画関連事業

EC マーケティング事業で培ったマーケティング手法「EPO」と MIS (Marketing Information System) の分析データから、売れ筋となる見込み商材を、試作品から商品試験等のテストを行い開発・製造を行う事業であり、クライアントのニーズに応える OEM 商品の提案及び企画・開発を、生産から納品まで一貫したサービスで提供する。具体的には、売れ筋データ分析によるメーカーへの新規商品の企画提案、高品質かつ高採算商品の製造のための海外工場との直接連携による生産管理体制の構築、同社マーケティング事業及びインターネット市場全体の分析による実店舗への情報提供及び商品提供を行う。同社の PB である「Simplus (シンプラス)」では、売れ筋データ分析等からニーズの高い個性を生かした生活家電製品を国内外の有力メーカーと協力して展開している。生産から納品まで一貫して行うため、東南アジアの提携工場ネットワークを構築しており、自社 QC (Quality Control: 品質管理) スタッフや同社提携 QC が提携工場を巡回して品質を管理・改善し、デザインから機能開発、商品化を行っている。

3. 受託開発事業

2023年10月期第2四半期より、「その他事業」に含めていた子会社トリプルダブルが展開しているソフトウェアの受託開発及びシステム開発を、独立のセグメントに変更した。主に国、大学、企業の研究所との共同研究を通じて、システムやアプリケーションの受託開発やシステム開発の技術支援並びに運用保守を行う。

4. その他事業

非物販事業としてメディア事業を展開し、「イエコレクション (IECOLLE)」ブランドで実施するインテリア情報など、EC マーケティングデータを活用したメディア関連・情報発信業務を行っている。

5. 成長拡大が見込まれるロールアップモデルを採用

ロールアップモデルとは、楽天市場、Amazon、PayPay モールなどの多数の EC マーケットプレイスにおいて複合的に商品の販売を行い、事業を展開するメーカーのブランドを拡大するビジネスモデルで、アグリゲーターとも言われている。米国などでは成長が拡大しており注目を集めている。同社は、安く仕入れた商品を EC マーケットで販売して差額を利益として得るのではなく、メーカーとともにマーケティングしながら成長するロールアップモデルを採用している。特に同社は 800 社を超えるパートナー企業と 203 万点をを超える商品数を有するほか、商品の販売を最適化する独自のマーケティング手法「EPO」によって、出遅れている国内ロールアップ市場の成長を先取りする可能性を持っている。

業績動向

**主力である EC マーケティング事業は増収減益。
 商品企画関連事業は減収だが、海外工場の原価低減で増益**

1. 2023年10月期第2四半期の連結業績概要

2023年10月期第2四半期の連結業績は、売上高7,775百万円（前年同期比1.0%増）、営業利益57百万円（同30.0%減）、経常損失11百万円（前年同期は163百万円の利益）、親会社株主に帰属する四半期純損失23百万円（前年同期は121百万円の利益）となった。コロナ禍を背景とした巣ごもり需要が落ち着きをみせたものの、新たな生活様式によってECサイト「リコメン堂」での家具・生活雑貨などの売上は引き続き好調であった。しかし、Yahoo! ショッピングにおけるポイント還元抑制策の影響を受けたこともあり、ECマーケティング事業の売上は1ケタ台の伸びに留まった。また、前期に大型受注があった商品企画関連事業が反動で21.6%の減収となったため、グループ全体の売上高は微増に留まった。営業利益は、PB商品の開発や物流施策などの利益改善の取り組みを進めたが、円安やエネルギー価格高騰に伴う仕入価格の上昇や物流コストの増加を吸収できなかったことにより前年同期を下回った。さらに、営業外費用において、ジェネパトナムが有する外貨建債務に係る為替差損77百万円を計上したため、親会社株主に帰属する四半期純損失を計上した。

2023年10月期第2四半期連結業績

(単位：百万円)

	22/10期2Q		23/10期2Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	7,696	-	7,775	-	1.0%
売上総利益	2,000	26.0%	2,080	26.8%	4.0%
販管費	1,917	24.9%	2,022	26.0%	5.5%
営業利益	82	1.1%	57	0.7%	-30.0%
経常利益	163	2.1%	-11	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	121	1.6%	-23	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別業績

(1) EC マーケティング事業

EC マーケティング事業については、売上高 6,544 百万円(前年同期比 6.2% 増)、セグメント利益 134 百万円(同 20.0% 減)となった。売上面では、コロナ禍の影響により喚起された EC 需要や在宅勤務・巣ごもり需要などを的確に捉え、各種セールや新生活向けの新商品投入を継続的に行ったことにより、家具・生活雑貨などの販売が好調に推移した。「リコメン堂」は、2023 年 1 月に「楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー 2022」でホームライフジャンル(寝具・ベッド・ファブリック)のジャンル大賞を、同年 3 月には「auPAY マーケット BEST SHOP AWARD 2022」でインテリア・寝具カテゴリ賞、同月に eBay が展開する「Qoo10 AWARDS 2022」で最優秀賞を受賞するなど、マーケティング力を生かした商品販売により顧客満足度で高評価を得た。しかし、Yahoo! ショッピングが 2022 年度下期(2022 年 10 月～2023 年 3 月)から、同社負担でのポイント付与を抑制したことで流通量が大幅に減少した。「リコメン堂」もその影響を受け売上の伸びが抑えられたようだ。利益は、PB 商品の開発や物流施策などの利益改善の取り組みを進めたが、円安やエネルギー価格高騰に伴う仕入価格の上昇や物流コストの増加を吸収できず、前年同期を下回った。

(2) 商品企画関連事業

商品企画関連事業については、売上高 1,120 百万円(同 21.6% 減)、セグメント利益 58 百万円(同 78.8% 増)となった。第 1 四半期までは、ベトナムにおいて海外出張による現地サポートの再開、営業活動の強化、中国子会社である青島新錠紡貿易の受注が好調な水準を維持していたことから、前年同期比で増収となった。第 2 四半期では、取引先の納期調整や自社 PB 商品の開発に注力したことなどにより出荷数が減少したほか、前年同期に大型の受注があった反動から減収となった。利益面では、海外工場の生産体制の構築が進み、工場稼働率の向上が原価低減につながり増益となった。

(3) 受託開発事業

売上高 208 百万円(同 83.0% 増)、セグメント利益 101 百万円(同 176.9% 増)となった。自社グループソフトウェアの開発案件を内部売上として 105 百万円(前年同期は 18 百万円)を計上したこと、さらに内閣府の「エビデンスシステム e-CSTI」※の保守にかかる受託売上も寄与し、増収増益となった。

※ e-CSTI (Evidence data platform constructed by Council for Science, Technology and Innovation) とは、大学等の研究機関における「研究」「教育」「資金獲得」に関するエビデンスを収集し、インプットとアウトプットの関係性を「見える化」するための各種分析機能を開発し、関係省庁や国立大学・研究開発法人等の関係機関に対して分析機能・データを共有するプラットフォーム。

(4) その他事業

非物販事業として展開するインテリア・雑貨の紹介、それらの実例や家に関するアイデアを紹介する Web メディア「イエコレクション」、前期に立ち上げたシーン・相手別におすすめの贈り物をセレクトする Web メディア「プレゼントコレクション」において、掲載する記事数や PV 数の拡大に向けた人員増加などへの投資をしたほか、2023 年 5 月にはテーマに合わせて書籍・映画をセレクトする Web メディア「ブックスコレクション」を立ち上げ、メディア事業の収益力の強化を図っている。

業績動向

(5) 営業外費用（為替差損）の計上

同社は、2023年10月期第2四半期において、前期末と比較して円高方向へ為替相場が変動したため、為替差損77百万円を営業外費用に計上した。ただし、これは主にジェネパベトナムに対する外貨建債務に係る為替差損によるもので、今後の為替相場の状況により変動するものである。

3. 財務状況

2023年10月期第2四半期末における資産合計は前期末比140百万円減の4,497百万円となった。流動資産は4,224百万円となり、同140百万円の減少となった。今後の販売拡大に向けた在庫積み増しにより商品及び製品が117百万円増加したが、それに伴い在庫積み増しのための運転資金が増加し、配当金の支払いもあり、現金及び預金が238百万円減少したことによる。固定資産は同0百万円減の273百万円となった。工具、器具及び備品が21百万円増加したが減価償却が進み有形固定資産が9百万円減少、のれんの償却が進み12百万円減少、ソフトウェアが13百万円増加したことなどにより無形固定資産が1百万円増加、繰延税金資産が7百万円増加したことなどにより投資その他資産が7百万円増加したことによる。

負債合計は同37百万円減の2,602百万円となった。流動負債は同1百万円増の2,538百万円となっており、主な要因としては、ロイヤリティなどの変動費の増加や取引金額の大きい外注費の増加により未払金が46百万円増加したが、賞与引当金が49百万円減少したことが挙げられる。固定負債は同39百万円減の64百万円となったが、これは長期借入金の返済37百万円などによる。

純資産合計は、同102百万円減の1,895百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純損失の計上、株主に対する決算配当などにより利益剰余金が96百万円減少したほか、為替換算調整勘定が7百万円減少したことなどによる。

簡易貸借対照表（連結）

(単位：百万円)

	22/10 期末	23/10 期 2Q 末	増減額
流動資産	4,364	4,224	-140
現金及び預金	1,351	1,113	-238
受取手形及び売掛金	1,241	1,198	-42
商品及び製品	1,301	1,418	117
固定資産	273	273	-0
有形固定資産	75	66	-9
無形固定資産	139	140	1
投資その他の資産	58	65	7
資産合計	4,638	4,497	-140
流動負債	2,536	2,538	1
支払手形及び買掛金	1,036	1,021	-15
未払金	353	400	46
短期借入金	830	860	30
固定負債	103	64	-39
負債合計	2,640	2,602	-37
純資産合計	1,997	1,895	-102
負債純資産合計	4,638	4,497	-140

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年10月期は増収増益と期初予想を据え置く。 PB商品開発、海外の生産・営業活動に注力し、収支アップを図る

1. 2023年10月期の連結業績見通し

2023年10月期の連結業績予想は、売上高18,735百万円（前期比17.2%増）、営業利益325百万円（同339.4%増）、経常利益380百万円（同4.1%減）、親会社株主に帰属する当期純利益248百万円（同27.7%減）とし、期初計画を据え置いている。同社では、「リコメン堂」の203万点を超える商品や69の店舗管理、ビッグデータの収集・解析など事業の根幹を支えるシステムの開発に注力しながら、マーケティングデータを活用した商品企画・開発を進め、取扱商品数、パートナー企業数を増やしていくことを最重点課題としている。2023年4月にはシステム開発に新たに人材を投入した。商品企画関連事業においては、海外渡航制限がなくなり、現地サポートにより中国、ベトナムなどの生産・営業活動は本格化し、国内外の新規顧客開拓も円滑に進む見通しである。利益面では、円安や物流の2024年問題に伴うコストの上昇は避けられず、価格競争の激しいECサイトにおいて、原価上昇分をいかに販売価格へ適正に反映していくかがカギとなりそうだ。また、同社では、利益率の高いPB商品の企画開発に注力し、「Simplus」の商品投入を積極的に進めている。同月には「リモコン式壁掛け扇風機」、同年6月には「家庭用製氷機」と「電気ケトル」を上市しており、今後は季節商品のみならず定番・売れ筋商品の企画開発に注力する方針だ。消費者サイドでも一定の値上げに対しては許容できる経済環境になってきていることもあり、同社の取り組みに期待したい。

月次売上動向を見ると、2022年11月～2023年2月は前年同月比でプラスの状況が継続していたが、2023年3月～5月は前年同月比でマイナスが続いた。これは、海外子会社における取引先の納期調整のほか、自社PB商品の開発に注力したため出荷数が減少したこと、また前年同期に大型の受注があったことなどが影響した。同社では、商品企画関連事業において、自社PB商品の開発により顧客に対する商品提案力やECマーケティング事業との連携を強化するとともに、対象顧客を国内中心から、海外子会社を利用した中国や欧米への移行を目指して営業活動を進めており、今後はサービスや対象市場の拡大が期待される。

2023年10月期の連結業績見通し

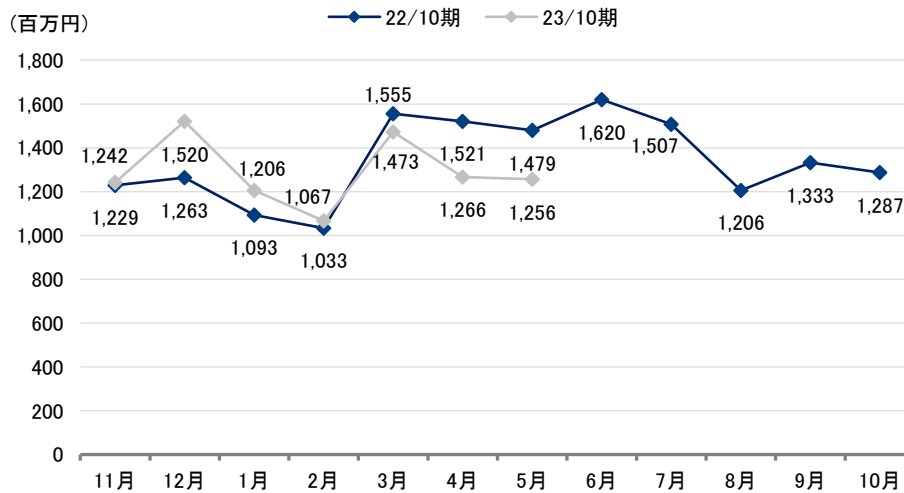
(単位：百万円)

	22/10期 実績	23/10期 予想	前期比		2Q進捗率
			増減額	増減率	
売上高	15,979	18,735	2,755	17.2%	41.5%
営業利益	74	325	250	339.4%	17.8%
経常利益	396	380	-16	-4.1%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	343	248	-95	-27.7%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

月次売上高推移



出所：IR ニュースよりフィスコ作成

2. 事業戦略

同社の 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る。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である。国内の主要モールでの取扱商品数 3.6 億点以上のうち、同社は 250 万点の商品の確保を目標として取り組んでいる。パートナー企業の増加は取り扱いジャンルの拡大と商品数の増加に直結するため、同社とパートナー企業のトップラインの増加がさらに多数の新規のパートナー企業や商品を惹きつける好循環を生み出すと社では見ている。

(1) EC マーケティング事業

トップラインの拡大を主目的として、引き続き売れ筋商品に関するデータを基に様々なジャンルで商品数を増やすことに注力していく。加えてマーケティングデータに裏付けられた PB 商品の開発を推進して利益率の向上を図る計画であり、PB 商品を開発していくための専任チームを設置する。また、EC サポート事業のためのノウハウの蓄積や開発技術の向上を目的として、運用上の課題等を抽出しシステム化対応を続けていく。成長戦略に向けての具体的な施策・計画として、独自開発した GPMS の機能の高度化を行い、商品数、メーカー数、注文数の増加に対応するほか、システムの機能拡張、パフォーマンスの改善を行い、アライアンス業務、受発注業務のオペレーションのさらなる高速化を推進する。

(2) EC サポート事業

EC プラットフォームで蓄積されたビッグデータや高度な情報システムを活用し、EC 事業を志向する企業のサポートを加速する。中期的には、収集されるビッグデータや構築された情報システム、EC 運営ノウハウについてパッケージ化を行い、リアルタイムでのマーケットへのアクセスを通じて日々更新する予定である。そしてこれらの施策を推進するため AI 開発に精通するエンジニアの確保・教育に資源を投下する計画である。パッケージの開発については、自社開発のみでなく、IT ツールを提供している企業の M&A を視野に入れている。また、エンジニア人材の確保・育成においては、競争力強化のためにエンジニアの獲得を強化するとともに、エンジニアの成長を促す仕組みづくりを継続していく。

(3) 商品企画関連事業

商品企画関連事業においては、アフターコロナを見据えて自社 PB の開発に注力していくとともに、今までの国内顧客中心の体制から、中国及びベトナムの海外子会社を利用した中国及び欧米の顧客向けの体制への移行を目指し、開拓を開始する。中長期的には国内顧客を維持しつつ海外顧客の割合を同程度まで増加させることで、安定的な拡大を図る。事業計画の達成に向けた施策として、売れ筋商品に関するデータをもとに様々なジャンルで商品数を増やすほか、高利益率を見込んだオリジナル商品を開発し、拡大を目指す。成長戦略に向けての具体的な施策・計画としては、商品開発においてビッグデータを用いたマーケットのトレンド分析を行い、商品開発のスピードを加速させるほか、子会社工場にて品質管理人材の確保・育成の場を作り、新規協力工場に派遣できる人材を育て、協力工場の品質を維持向上する方針である。

(4) その他事業

収益事業として売上・利益の拡大を加速させるべく、ビッグデータ分析のさらなる活用環境を整備するほか、MIS フレームワークを活用して分析精度の向上を図る。また横展開として、サイト売買や M&A を積極的に活用し、複数メディアジャンルでの事業立ち上げをねらう。複数のサイトに同社の分析ノウハウを適用することにより、売上・利益の拡大を加速させる計画である。事業計画の達成に向けた施策として、EC マーケティング事業で取得できる売れ筋に関するデータを基に商品選定を行い、想定読者のニーズに合致した商品紹介を促進していく。記事の SEO 対策としては、検索キーワードのボリューム・難易度から想定読者と流入数を推定するノウハウを用いて、記事ジャンルの多角化を図る。また、成長戦略に向けての具体的な施策・計画として、EC マーケティング事業で取得できるビッグデータの受け皿となり分析を可能とするシステムサーバーを設置して強化を進めるほか、2023年5月には「ブックスコレクション」をリリースするなど、「イエコレクション」以外のジャンルでもメディアの構築を進めている。

株主還元策

2022年10月期に初配当を実施。 連結経常利益 300 百万円以上達成すれば連続配当

同社は 2022 年 10 月期に初配当を実施した。株主還元における新たな基本方針として、健全な企業活動による利益の確保と拡大を目指し、安定した収益に基づき、将来の事業展開に備えた内部留保を確保しつつ、その一部を配当として株主に還元することを掲げた。配当金については、連結経常利益 300 百万円以上を達成した場合に実施することを基本とする。また、配当は原則として中間配当及び期末配当の年 2 回実施することとしている。

2023 年 10 月期の配当については、配当政策の基本方針に基づいて連結経常利益の進捗状況を基に検討し、今後の資金需要動向とキャッシュ・フローの状況とを勘案して株主配当の水準を決定する予定である。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp