

|| 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 >>>](#)

2025年7月15日(火)

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. 2025年10月期中間期の業績概要	01
2. 2025年10月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	03
1. ECマーケティング事業	04
2. 商品企画関連事業	05
3. その他	05
■ 業績動向	05
1. 2025年10月期中間期の業績概要	05
2. セグメント別の業績	06
■ 今後の見通し	08
1. 2025年10月期の業績見通し	08
2. 中期経営計画	09
■ トピックス	10

■ 要約

2025 年 10 月期中間期は増収・大幅増益。 中国・ベトナム子会社の業績が順調に伸長

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. 2025 年 10 月期中間期の業績概要

2025 年 10 月期第 2 四半期（以下、中間期）の連結業績は、売上高が 8,339 百万円（前年同期比 4.0% 増）、営業利益が 79 百万円（同 70.7% 増）、経常利益が 127 百万円（同 372.9% 増）、親会社株主に帰属する中間純利益が 121 百万円（同 1,723.2% 増）と増収及び大幅増益となった。2025 年 10 月期中間期決算発表に合わせ、通期業績予想について経常利益以下を上方修正した。主力の EC マーケティング事業においては、インテリア・家具・生活雑貨の中でも、特に自社オリジナルの D2C 商品の売上が堅調に推移し、商品企画関連事業では青島新綻紡貿易（有）や Genepa Vietnam Co.,Ltd. といった海外子会社の受注が好調で売上面が堅調だった。利益面では、利益率の高い D2C 商品販売の堅調さや、商品企画関連事業における増収効果に加え、Genepa Vietnam における利益率の改善施策が奏功したことが営業利益の大幅増加に寄与した。また、2025 年 10 月期中間期において Genepa Vietnam への貸付金の大部分の株式化（デット・エクイティ・スワップ：DES）を実施したことで一時的な為替差益（46 百万円）が発生し、経常利益以下の押し上げにつながった。

2. 2025 年 10 月期の業績見通し

2025 年 10 月期の連結業績については、売上高 17,500 百万円（前期比 7.8% 増）、営業利益 120 百万円（同 46.8% 増）、経常利益 160 百万円（同 617.9% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 150 百万円（前期は 138 百万円の損失）と、前期比で増収及び大幅増益を見込んでおり、最終損益は 2022 年 10 月期以来の黒字計上となる見通しだ。為替動向や国際的な通商政策等の外部環境が不透明なことから売上高及び営業利益については保守的な見方に立つものの、中間期時点の進捗率は好調なため業績予想達成の確度は高いと弊社では見ている。売上面では、EC マーケティング事業は引き続き利益率の高い D2C 商品のラインナップ充実と販売拡大に注力する。商品企画関連事業では、青島新綻紡貿易の機能性繊維を使用した製品販売や、Genepa Vietnam における家具の海外向け販売を推進する。機能性繊維については寝具以外にアパレル事業への展開としてリカバリーウェア（疲労回復を目的として休養・睡眠時に着用するウェア）を開発中で、業績寄与に期待がかかる。利益面では、D2C 商品の販売強化による高い利益率の確保や、商品企画関連事業における好調な受注からの増収、Genepa Vietnam に対する財務体質の改善施策による為替リスク回避効果もあり、安定した業績推移が見込まれる。

要約

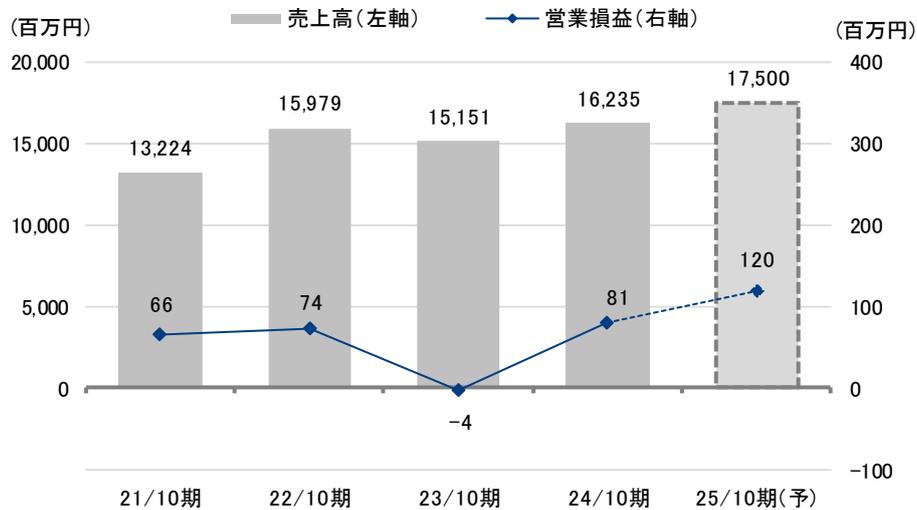
3. 中期経営計画

2025年10月期から2027年10月期までの3年間を対象とする中期経営計画を2025年1月に発表した。2027年10月期目標を売上高21,755百万円、営業利益459百万円とした。目標達成と同時に時価総額を10,000百万円以上に押し上げることで、2026年10月期以降に現在の東京証券取引所（以下、東証）グロース市場からスタンダード市場へ変更し、持続的な成長軌道を維持する。成長戦略として、ECマーケティング事業で3点、商品企画関連事業で2点の重点施策を掲げた。ECマーケティング事業については、1) 自社ブランド確立のための製造等、パートナー企業をアジアへ拡大（D2C事業）、2) USP（Unique Stores Platform）事業の推進、3) 中国でのECマーケティング事業に挑戦、の3点を、商品企画関連事業については、1) 機能性繊維のアパレル事業への展開、2) 欧米豪等日本以外への販路の拡大、の2点を掲げている。

Key Points

- ・ 2025年10月期中間期は増収及び大幅増益、ベトナム子会社でのDESによる為替差益が寄与
- ・ 引き続き、D2C商品等の投入拡大と特許取得済みの機能性繊維を活用した新製品の開発及び海外子会社の事業拡大により、売上高の成長を目指す
- ・ 中期経営計画を策定。2027年10月期に売上高217億円、営業利益4.5億円を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

国内 EC 事業を核として、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想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月に東証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 Genepa Vietnam を設立し、2023年11月には青島新統紡貿易の株式を追加取得し完全子会社化するなど、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。2022年4月には東証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

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、中国の青島新統紡貿易とその子会社である青島新嘉程家紡（有）と NEW FIBER LAO SOLE CO.,LTD.、カンナートとその子会社の（株）フォージ、Genepa Vietnam の計8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「その他事業」を展開する。

主要グループ会社の概要（2024年10月31日時点）

社名	事業内容
（株）トリプルダブル	システム開発の技術支援、システム及びアプリケーションの受託開発
（株）カンナート	Web制作、各種Webサービスの企画・立案、ECサポート
（株）フォージ	EC通販
青島新統紡貿易（有）、青島新嘉程家紡（有）	機能性繊維の開発及びインテリア・ファブリック製品の企画・販売及び輸出入、製造
Genepa Vietnam Co., Ltd.	インテリア・ファブリック製品の製造
NEW FIBER LAO SOLE CO., LTD	ファブリック製品の製造、販売及び輸出入

出所：第23回定時株主総会招集通知よりフィスコ作成

事業概要

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 EC モールにまたがり、2024 年 10 月末時点で計 76 店舗が出店し、パートナー企業数は 1,008 社、取扱商品数は 222 万点を超える。足元でも店舗及びパートナー企業数及び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 サイトに対して、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する。

(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・運用までを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。

事業概要

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※の分析データを基に、売れ筋となる見込み商材の試作品作成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。D2C 商品の家電ブランドである「s!mplus (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。また、寝具ブランド「with core (ウィズコア)」及び「kakushing (カクシング)」においては、特許取得を軸に機能性繊維を活用した新しい商品の展開を行っている。これらの D2C 商品は生産から納品まで一貫して行うために自社工場及び東南アジアの提携工場ネットワークを活用しており、自社 QC (Quality Control : 品質管理) スタッフや同社提携 QC がこれらの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・商品化を行う。

※ MIS (Marketing Information System) : 自社店舗だけでなく Web 全体からマーケティングの基礎となるビッグデータを収集して分析を行うシステム。

3. その他

2024 年 10 月期より、量的な優先順位が低くなったことから、これまで単独の報告セグメントに分類していた「受託開発事業」を「その他」セグメントに含めることとした。子会社のトリプルダブルがソフトウェアの受託開発及び保守業務に関する事業を展開しており、主に国・大学・企業の研究所との共同研究を通じた、システム開発及びその支援・保守業務を行う。また、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・情報発信業務は EC マーケティング事業の USP 事業に統合された。

業績動向

EC マーケティング事業は堅調。 商品企画関連事業は大手からの受注増等で業容拡大

1. 2025 年 10 月期中間期の業績概要

2025 年 10 月期中間期の連結業績は、売上高が 8,339 百万円 (前年同期比 4.0% 増)、営業利益が 79 百万円 (同 70.7% 増)、経常利益が 127 百万円 (同 372.9% 増)、親会社株主に帰属する中間純利益が 121 百万円 (同 1,723.2% 増) と増収及び大幅増益となった。この結果に合わせ、通期業績予想について経常利益以下を上方修正した。中間期時点での進捗率は、売上高で 47.7%、営業利益で 66.2%、経常利益で 79.7% (期初予想 106.3%)、親会社株主に帰属する当期純利益で 81.1% (同 135.2%) と、利益面の進捗が好調だ。

業績動向

主力の EC マーケティング事業においては、EC 市場の継続的な拡大を背景として、同社が強みを持つインテリア・家具・生活雑貨分野の中でも、特に同社が EC でのマーケティングデータを活用して企画開発した D2C 商品の売上が堅調に推移したほか、商品企画関連事業では青島新統紡貿易や Genepa Vietnam といった海外子会社の受注が好調に推移したこと等により売上面は堅調であった。利益面では、利益率の高い D2C 商品の販売が堅調だったことや、商品企画関連事業における増収効果に加え、Genepa Vietnam における利益率の改善施策が奏功したことが営業利益の大幅増加に寄与した。また 2025 年 10 月期中間期において、為替損益発生リスクの低減や財務体質強化を目的に、Genepa Vietnam への DES を実施したことで一時的な為替差益（46 百万円）が発生し、経常利益以下の押し上げにつながった。これらの要因で業績予想の上方修正となったものの、同社は為替動向や国際的な関税政策では不透明な状況が続くと見て、今後の業績予想は保守的な姿勢を維持する見通しだ。

2025 年 10 月期中間期連結業績

(単位：百万円)

	24/10 期中間期		25/10 期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	8,017	-	8,339	-	322	4.0%
売上総利益	2,121	26.5%	2,277	27.3%	156	7.4%
販管費	2,074	25.9%	2,197	26.4%	123	5.9%
営業利益	46	0.6%	79	1.0%	32	70.7%
経常利益	26	0.3%	127	1.5%	100	372.9%
親会社株主に帰属する 中間純利益	6	0.1%	121	1.5%	115	1,723.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別の業績

(1) EC マーケティング事業

売上高が 6,903 百万円(前年同期比 2.9% 増)、セグメント利益が 148 百万円(同 8.8% 減)となった。売上面では、新生活を迎える時期にもあたり、新生活アイテムや季節商材を継続的に投入し、特に自社企画開発で利益率の高い D2C 商品の拡大販売が大きく寄与した。「s!mplus」ブランドの小型冷蔵庫や家庭用精米機、ホームベーカリー、小型のパケツ式洗濯機といったアイテムがヒットした。さらに EC サポート案件を手掛ける子会社のカンナートにおいて大型案件の納品があり、増収を推進した。主に BtoC 向け EC サイトの構築や運用受託に強みを持つカンナートは、近年 BtoB 向け EC サイト構築等にも積極的で、案件が顧客企業を受発注システム構築にまで広がるケースが多く、大型化が進んでいる。同社によればこの動きは今後も強まる見込みで、業績への寄与が期待される。利益面では D2C 商品の拡販等による増益効果はあったものの、EC サポート案件で前年同期の好調な業績水準には至らなかったことで前年同期比で減益となった。

業績動向

(2) 商品企画関連事業

売上高が 1,406 百万円 (同 11.9% 増)、セグメント利益が 77 百万円 (同 129.7% 増) となった。売上高については、青島新綻紡貿易や Genepa Vietnam における順調な受注及び納品の進捗により増収となった。青島新綻紡貿易ではオリジナルの機能性繊維の研究開発と、当該繊維を使用した寝具の製造販売を推進しており、受注が堅調に推移した。機能性繊維は春夏及び秋冬向けそれぞれに約 20 素材を開発し、うち 3～4 素材が特許取得を目指すなど技術力の蓄積が進んでいる。また製造販売面では、青島新綻紡貿易の主要取引先であるニトリホールディングス <9843> との間で、同社開発の繊維を使用したニトリブランド商品を販売する活動が進んだ。ニトリの新商品は業界でも注目度が高いことから、同社の市場認知度向上に伴って他社からの引き合いが増えており、商機拡大につながりそうだ。また機能性毛布やリカバリーウェアなどを手掛ける大手寝具メーカーの商品にも青島新綻紡貿易の繊維が使用されており、こちらからの新規展開にも注目したい。Genepa Vietnam では、2024 年 10 月期よりホテル向けや海外での展示会を通じた受注獲得を進め、好調に推移した。海外を拠点としながらも、日本生産同等の品質を実現しているため信頼性が高く、受注に寄与した。実際 Genepa Vietnam ではグローバルサプライチェーンにおける企業倫理向上のために、2020 年には「Sedex/SMETA 監査※」を受監したほか、ISO9001 では品質管理の、ISO45001 では労働安全衛生マネジメントシステムの認証を取得した。設備投資でも、5 軸 CNC 導入により木材加工を精密化し、日本の職人による手作業並みの精度を持つ製品の量産化を実現したことで、ホテルや海外向け高級品の受注増につなげている。日本企業だけでなく海外企業からの受注獲得が進み、今後も海外向け売上比率は向上すると同社は見込んでおり、業績拡大に期待が持てそうだ。利益面では増収効果に加え、Genepa Vietnam での利益率改善施策の取り組みが寄与した結果、大幅な増益となった。

※ サプライチェーンにおけるビジネス慣行の倫理的な改善を目的とする非営利の会員組織である Sedex が開発した監査スキーム。

(3) その他

売上高が 68 百万円 (同 27.4% 減)、セグメント利益が 14 百万円 (同 42.2% 増) となった。システム開発事業において子会社のトリプルダブルでのソフトウェア受託開発や、内閣府より「e-CSTI※ (エビデンスシステム) の保守」に関する業務を受託したことによる売上及び利益を計上している。

※ Evidence data platform constructed by Council for Science, Technology and Innovation の略。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のこと。

■ 今後の見通し

中期経営計画を策定。2027 年 10 月期に売上高 217 億円を目指す

1. 2025 年 10 月期の業績見通し

2025 年 10 月期の連結業績は、売上高 17,500 百万円（前期比 7.8% 増）、営業利益 120 百万円（同 46.8% 増）、経常利益 160 百万円（同 617.9% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 150 百万円（前期は 138 百万円の損失）と、増収増益を見込んでおり、最終損益については 2022 年 10 月期以来の黒字計上となる見通しだ。2025 年 10 月期中間期決算発表と同時に経常利益以下の通期業績を上方修正したが、為替動向や国際的な通商政策等の外部環境が不透明であるとして、売上高及び営業利益については保守的な見方に立ち、予想値を据え置いた。中間期時点の進捗率は好調で、外部環境からの影響がない限り、業績予想達成の確度は高いと弊社では見ている。売上面では、EC マーケティング事業では引き続き利益率の高い D2C 商品のラインナップ充実と販売拡大に注力する。過去実績から見ると、第 3 四半期辺りに売上が拡大する傾向があり、夏季に向けての家電や家具、機能性繊維を使用した冷感寝具等の販売を促進するようだ。商品企画関連事業では、青島新綻紡貿易の開発した機能性繊維を使用した製品販売や、Genepa Vietnam における家具の海外向け販売を推進する。機能性繊維についてはこれまでの寝具以外にアパレル事業への展開としてリカバリーウェアを開発中で、業績寄与に期待がかかる。利益面では、製造等パートナー企業の拡大により低原価率を実現した D2C 商品の販売強化で高利益率を確保するほか、商品企画関連事業における好調な受注からの増収や Genepa Vietnam に対する財務体質の改善施策による為替リスク回避効果もあり、安定した業績推移が見込まれる。

2025 年 10 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	24/10 期 実績	25/10 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	16,235	17,500	1,265	7.8%
営業利益	81	120	39	46.8%
経常利益	22	160	138	617.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	-138	150	288	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 中期経営計画

2025 年 10 月期から 2027 年 10 月期までの 3 年を対象とする中期経営計画を 2025 年 1 月に発表した。2027 年 10 月期業績目標を売上高 21,755 百万円、営業利益 459 百万円とした。目標達成と同時に時価総額を 10,000 百万円以上に押し上げることで、2026 年 10 月期以降に現在の東証グロース市場からスタンダード市場へ変更し、持続的な成長軌道を維持する。成長戦略として既存事業・新規領域別に方針を定めた。既存事業として、EC マーケティング事業は D2C をはじめとする成長分野を主体に営業利益ベースで 2024 年 10 月期対比 244 百万円増を目指す。商品企画関連事業は中国及びベトナム子会社の事業拡大により同 150 百万円増を、その他減価償却費の削減効果で毎期同 20 百万円増を見込む。新規領域は投資費用を計上するも、売上面・利益面は業績目標に未反映で、既存事業での増収増益効果の上乗せ分と捉えている。新規領域はストレッチ戦略として、EC マーケティング事業は USP 事業の本格展開と中国での EC マーケティング事業への挑戦、商品企画関連事業は機能性繊維のアパレル市場への展開を挙げる。これらの方針を実行するための重点施策として、EC マーケティング事業に関し 3 点、商品企画関連事業に関し 2 点を掲げた。EC マーケティング事業については、1) 自社ブランド確立のための製造等、パートナー企業をアジアへ拡大 (D2C 事業)、2) USP 事業の推進、3) 中国での EC マーケティング事業に挑戦の 3 点、商品企画関連事業については、1) 機能性繊維のアパレル事業への展開、2) 欧米豪等日本以外への販路の拡大の 2 点である。前述のとおり、2025 年 10 月期は通期業績予想を上方修正するなど事業運営は順調に進捗しており、早期の中期経営計画目標達成に期待がかかる。

(1) EC マーケティング事業

1) 自社ブランド確立のための製造等パートナー企業をアジアへ拡大 (D2C 事業)

国内中心であったパートナー企業を、ベトナム・中国・韓国といったアジア地域を中心に拡大する。同社のマーケティングデータや商品データの提供により、パートナー企業はリアルタイムで顧客ニーズを把握して新商品を企画・開発・製造する。商品は「s!mplus」「with core」「カクシング」ブランドとして同社の EC ネットワークで販売される。バリューチェーンの拡大により、製造と販売ラインが連結され利益率の向上が望めるほか、品質やコストパフォーマンスに優れた商品の提供でグローバルレベルでのブランド価値の向上にもつながる。ベトナムや中国の子会社を中心に商品化に適した地元企業を開拓すると考えられる。

2) USP 事業の推進

同社が専門店型 EC 店舗の集団を EC モールのように一元管理して運営するもので、2025 年 1 月までにジャンルや取り扱いアイテムの異なる 10 店舗を開店し、検証店舗としてそれぞれに適した販売・運営方針等を見極めており、同社方針が固まった段階で店舗規模の拡大等を図る。将来的には 1,000 社を超えるパートナー企業と協力し、大幅な店舗数の拡大を見込む。

3) 中国での EC マーケティング事業に挑戦

中国における消費拡大施策を脱み、同社が日本で取り扱う 222 万点の商材を中心に、中国国内向け EC マーケティング事業を展開する。青島新綻紡貿易が中心となり、同社グループが EC マーケティング事業において培ってきた越境 EC 事業の実績や他社の EC サイト構築ノウハウ、国内 EC モール店舗を拡大させてきたマーケティング技術等を駆使して事業を軌道に乗せ、中長期的な収益化を計画している。

(2) 商品企画関連事業

1) 機能性繊維のアパレル事業への展開

青島新綻紡貿易における機能性繊維の研究開発力をさらに高度化するとともに、これまで寝具の商品化に適用してきたビジネスモデルを活用してアパレル市場を開拓し、事業規模拡大につなげる。現在顧客企業へコアヤーン糸を使用したリカバリーウェアの商品化に関する提案活動を実施中である。

2) 欧米豪等日本以外への販路の拡大

Genepa Vietnam で企画開発及び製造した家具の海外市場への販売を強化する。ベトナムを本拠としつつ、日本企業グループの信頼性や品質の高さを訴求して、欧米及び豪州市場をターゲットとした販路拡大を進める。海外市場への取り組みは 2024 年より進めており、イタリアやオーストラリア企業からの受注を獲得した。2025 年は特に欧米からの受注獲得を目指して活動を進めている。Genepa Vietnam 工場では「Sedex/SMETA 監査」の受監をはじめ、ISO9001 や ISO45001 認証を取得済のほか、生産管理では ERP (Enterprise Resource Planning : 企業資源計画) を導入しており、顧客企業からの信頼確保に向けた基盤整備を完了している。今後はこれらをアピールして受注獲得を推進する。

トピックス

天然繊維で特許取得、株主優待制度も開始

2025 年 2 月、青島新綻紡貿易の 100% 子会社である青島新嘉程家紡が「カポック繊維及び羽毛を含む充填材及びその製造装置・製造方法」に関する特許を取得したことを発表した。カポックは、東南アジアやアフリカなどの熱帯地域に生息するカポックという木の実から採取される天然繊維で、羽毛に匹敵する軽量性と保湿性を備えており、かつ羽毛に比較して経済的というメリットがある。同社は特許技術を活用して、寝具・衣料市場への商品展開や、環境負荷低減やサステナビリティが重視される市場への投入を計画する。国内外の寝具・アパレルメーカーとの連携による OEM 供給やライセンス提供も視野に入れ、現在大手寝具メーカーとの間で製品製造に向け計画が進捗中で、2026 年 10 月期の業績寄与が期待される。

また、2025 年 2 月、株主優待制度を新設する旨を発表したことも新たな動向の 1 つだ。投資家に対する同社事業への理解の深化と投資魅力の向上を目的としたものだ。優待の内容は、2025 年以降の毎年 10 月末の株主名簿に記載・記録された保有株式 100 株以上の株主について、株主限定の特設 Web サイト上での買い物に使用できる株主優待券を贈呈する。今後は長期保有株主向け還元の強化策として追加の優待特典を検討中のようなのである。

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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