

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 >>>

2026年1月26日 (月)

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月期の業績概要	01
2. 2026年10月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	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
■ 強み	06
1. 「EPO」とは	06
2. ロールアップモデル	07
■ 業績動向	08
1. 2025年10月期の業績概要	08
2. セグメント別業績	09
3. 財務状況	12
4. キャッシュ・フローの状況	13
■ 今後の見通し	14
1. 2026年10月期の業績見通し	14
2. 中期経営計画の進捗状況	16
■ トピックス	17

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

要約

2025年10月期は増収、各段階利益は大幅増

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月期の業績概要

2025年10月期の連結業績は、売上高16,552百万円（前期比2.0%増）、営業利益114百万円（同39.9%増）、経常利益178百万円（同700.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益161百万円（前期は138百万円の損失）と売上高は過去最高を更新し、利益面は特に経常利益以下が前期の損失の反動もあって大きく増益となった。2025年10月期の中間期決算に合わせて修正した業績予想に対する達成率は、売上高及び営業利益はわずかに予想を下回ったものの、経常利益以下は予想を超える着地となった。売上面では、主力のECマーケティング事業はインテリア・家具・生活雑貨等の好調な販売に加え、D2C商品の拡大販売により同0.2%の増収となった。商品企画関連事業は子会社の青島新綻紡貿易（有）やGenepa Vietnam Co., Ltd.での受注と納品が好調で、同11.4%増と大きく増収となり、その他ではソフトウェア受託開発や内閣府からの保守案件等が寄与した。利益面では営業利益について、ECマーケティング事業でECサポート事業の案件の受注が伸び悩み、セグメント利益が同10.2%減少したが、商品企画関連事業では青島新綻紡貿易とGenepa Vietnamの好調な受注が寄与し、セグメント利益が同98.0%増と大幅に増加した。経常利益増益の主因は、為替変動リスクの低減を目的にGenepa Vietnamへの貸付金の大部分にDES (Debt Equity Swap：債務の株式化) を実施したことである。これにより営業外収益として為替差益52百万円を計上し、さらに前期の為替差損78百万円がなくなったことで大幅増益となった。

2. 2026年10月期の業績見通し

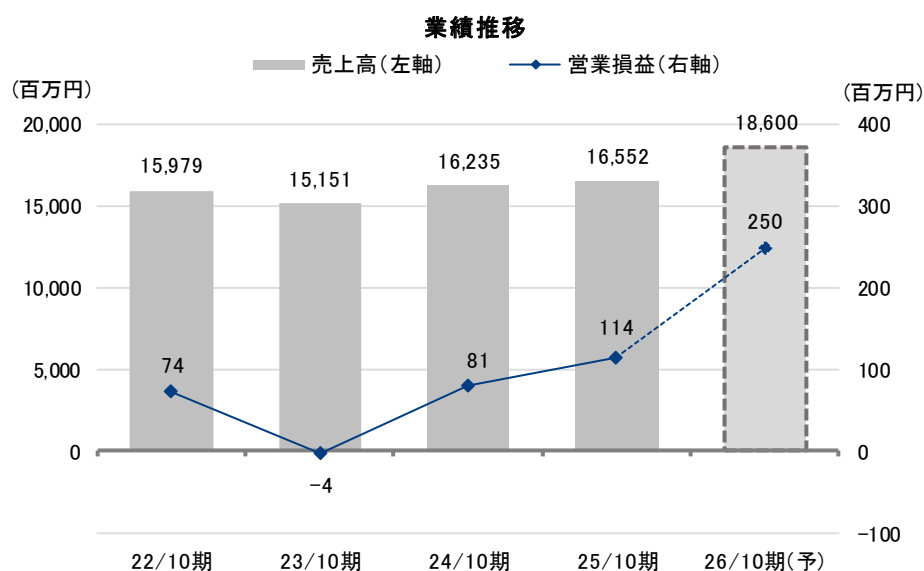
2026年10月期の連結業績は、売上高18,600百万円（前期比12.4%増）、営業利益250百万円（同118.6%増）、経常利益240百万円（同34.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益180百万円（同11.5%増）と増収増益を見込む。2025年10月期の実績を踏まえ、中期経営計画で推進する利益率改善を踏襲し、中期経営計画の2026年10月期目標値から微修正した。売上面では、ECマーケティング事業においては、「リコメン堂」で強みを持つ家具や生活雑貨等の販売強化や、利益率の高いD2C商品のラインナップ拡充による販売拡大を図る。ECサポート事業においては、あらためて大型案件の受託に努め、利益率向上を図る。商品企画関連事業では青島新綻紡貿易での機能性繊維の販売拡大、特にアパレル向けの拡販を目指す。Genepa Vietnamでは海外企業向け販売を強化する。利益面では2025年10月期のような一時的な利益・損失の見込みはないが、為替の製品仕入コストへの影響が大きいため留意は必要だろう。

3. 中期経営計画の進捗状況

中期経営計画は、2025年10月期から2027年10月期までの3年間を対象とし、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、親会社株主に帰属する当期純利益320百万円としている。計画初年度となる2025年10月期は目標値に対し、売上高及び営業利益は若干ビハインドの一方、最終利益は大幅な目標超過となり、おおむね堅調な滑り出しと言えるだろう。2026年10月期の業績予想は、中期経営計画の業績目標比で、売上高は縮小したものの、営業利益は計画値を維持、最終利益は上方に転じた。ECマーケティング事業においては利益率が高いD2C商品の販売を強化し、営業利益を計画以上に伸ばす考えだ。また新規領域のUSP事業については、運営中の10店舗での運営状況の検証を進めており、店舗体制や運営方針などを決定後に公表する予定だ。もう1つの新規領域である中国でのECマーケティング事業については、中国国内の消費拡大政策に対応した投資及び運営方針を定めた。青島新統紡貿易グループを中心に、これまで培った越境EC事業の経験や国内ECモール運営のノウハウ等を生かして事業展開する。商品企画関連事業では、新規領域として、特許を有する機能性繊維等を活用した付加価値商品でアパレル向けへの展開を進め、特に同社グループの開発力と伊藤忠商事<8001>の取引基盤を活用し、中期経営計画期間中に事業の大幅拡大を目指す。またGenepa Vietnamにおいては、家具製造の取引先や展示会等を通じて得たノウハウを生かし、機能性繊維の販売を検討している。

Key Points

- ・「リコメン堂」では家具や生活雑貨などが好調、D2C商品の主力ブランド「s!mplus」は累計販売数50万台を突破
- ・中国・ベトナム子会社の受注が好調、中国子会社の機能性繊維技術を伊藤忠商事との提携で生かす
- ・中期経営計画の初年度となる2025年10月期は堅調に推移。高い利益率を確保し、計画以上の達成を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

国内ECマーケティング事業を核に、 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月に東京証券取引所（以下、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、2019年10月にはベトナムに子会社Genepa Vietnamを設立した。また、拡大する中国内需市場に向けて、2023年11月に完全子会社化した青島新綻紡貿易が、2025年9月に中国ライブコマース市場での同社認知度拡大のため、子会社として青島康織紡績科技（有）の設立を発表しており、2026年10月期第2四半期からの業績寄与を見込む。これら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。

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）及び青島康織紡績科技、カンナート、（株）フォージ、Genepa Vietnam、NEW FIBER LAO SOLE CO.,LTD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。

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

事業概要

主要グループ会社の概要 (2025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、メディア事業
青島新統紡貿易(有)	インテリア・ファブリック製品の企画・販売及び輸出入
青島新嘉程家紡(有)※	インテリア・ファブリック製品の製造
青島康織紡績科技(有)※	TikTok等の主要なライブコマースプラットフォームを活用した自社商品のブランディング・マーケティング、中国国内向けEC販売及び卸販売
NEW FIBER LAO SOLE CO.,LTD.※	ファブリック製品の製造、販売及び輸出入
(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
Genepa Vietnam Co.,Ltd.	インテリア・ファブリック製品の製造

※ 間接所有する孫会社

出所：同社リリース、同社ホームページよりフィスコ作成

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EC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企業向けに提供する「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、2025年10月期末時点で計87店舗が出店し、パートナー企業数は1,013社、取扱商品数は249万点を超える。足元においても、店舗数及びパートナー企業数と取扱商品数は増加傾向にある。

「リコメン堂」の仕組み



出所：同社ホームページより掲載

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

事業概要

(2) ECサポート事業

同社グループの各種ECマーケティング機能を、今後ECサイトの運営を検討中もしく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、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・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※の分析データを基に、売れ筋となる見込み商材について、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、顧客のニーズに応える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を目的とした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「カクシング」では、特許取得を軸に機能性繊維を使用した新商品を開発している。これらD2C商品は、研究開発はもちろん、生産では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、納品まで一貫して行う。そのため、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・改善するほか、デザインから機能開発、商品化を行う。

※ MIS (Marketing Information System): 自社ECサイトだけでなくインターネット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

量的な重要性が乏しくなったことから、2024年10月期より、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」の区分に含めることとした。受託開発事業では、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。なお、非物販事業としてメディア事業を展開しているが、「イエコレクション(IECOLLE)」で発信するインテリア情報など、ECマーケティング事業の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事業に統合した。

■ 強み

商品の販売を最適化するマーケティング手法「EPO」が強み

1. 「EPO」とは

同社の強みは、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である「EPO」を取り入れていることにある。効率的に集客を行う仕組みである「EPO」を活用し、ECサイトから画像やテキスト、価格を自動調査して最適な掲出方法を分析するほか、商品特性ごとに最適な売り方をパターン化しデータを蓄積している。自社ECサイト「リコメン堂」の運営により蓄積したノウハウを活用し、検索・ディレクトリ対策、効果的な広告の選定、価格決定、ページ制作など、ECプラットフォームごとに最適化した店舗運営を可能にしている。

大手ECモールでの出店、パートナー企業との連携、多ジャンルにわたる数多くの出品などの実績があり、一般消費者の購買意欲促進や新規パートナー企業の勧誘などに優位性を有している。また、カンナートの連結子会社化により、ECシステムの開発から制作・運用及びそのメディア配信までワンストップで自社対応できる体制が整い、取引先へのECサポート事業の拡販が強力になった。

多ジャンルの膨大な商品を多店舗で効率的に販売管理するために、GPMS (Generation Pass Management System) を開発し、オペレーションの自動化を図っている。これは同社独自のシステムで、PDCAサイクルに基づき業務効率化のためのサブシステムを適宜開発し機能を付加することで、リアルタイムでのアップデートが可能な体制を構築した。同システムの導入により、取扱商品数や店舗数が増加しても固定費の増加を一定程度に抑えることで、新たなコストをかけずにさらなる商品調達や多店舗展開を可能にしている。

また、自社店舗を運営しているためリアルタイムで販売データを入手できることも強みの1つである。同社は、MISを用いて、ECモール全体のマーケティングデータを定期的に収集している。これらのデータに対して、MISエンジンを含む複数の推定エンジンの結果をデータサイエンティストチームが分析し、調達商品の選定や販売方法の最適化を行う。249万点を超える取扱商品数及び多店舗展開に対応したGPMSやビッグデータの収集・解析を行うMISはすべて自社開発であり、開発ノウハウと開発力を保持している。

メーカーとともに成長していくロールアップモデル

2. ロールアップモデル

同社のビジネスはロールアップモデル※である点も特徴的だ。同社は、安く仕入れた商品をECモールで販売して差額を利益として得るという単純なビジネスではなく、メーカーとともにマーケティングしながら成長していく形を採用しており、これがいわゆる「ロールアップモデル」と呼ばれるものだ。自社ブランドを販売する新興メーカーが増えるなか、それらを支援するビジネスモデルで、米国などでは同モデルを採用する企業の成長が拡大しており、注目を集めている。同社は1,013社（2025年10月期末時点）のパートナー企業と249万点超の取扱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があると弊社では見ている。ちなみに、インドのGlobalBees Brands Pvt. Ltd.は、同社と同じロールアップモデルのeコマース企業であるが、2021年4月の設立後わずか9ヶ月でユニコーン化（企業価値が10億ドルを超える未上場企業）したことで話題となった。

※ ロールアップモデルとは、楽天市場、Amazon、Yahoo! ショッピングなどの多数のECモールにおいて複合的に商品を販売し、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る。米国などでは成長が拡大しており注目を集めている。

業績動向

2025年10月期は海外子会社の受注好調で、各段階利益が大きく伸長

1. 2025年10月期の業績概要

2025年10月期の連結業績は、売上高16,552百万円（前期比2.0%増）、営業利益114百万円（同39.9%増）、経常利益178百万円（同700.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益161百万円（前期は138百万円の損失）と売上高は過去最高を更新し、利益面は特に経常利益以下が前期の損失の反動もあって大きく増益となった。2025年10月期の中間期決算に合わせて修正した業績予想に対する達成率は、売上高94.6%、営業利益95.3%、経常利益111.6%、親会社株主に帰属する当期純利益107.6%となり、売上高及び営業利益はわずかに予想を下回ったものの、経常利益以下は予想を超える着地となった。

売上面では、主力のECマーケティング事業は同社が強みとするインテリア・家具・生活雑貨等の販売が好調だったことに加え、同社が独自に企画・開発した商品であるD2C商品の拡大販売により前期比0.2%の増収となった。商品企画関連事業は子会社の青島新綻紡貿易やGenepa Vietnamでの受注と納品が好調で、同11.4%増と大きく増収となった。その他は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からの保守案件等が安定収益として寄与した。

利益面では前期比で大きな成長を遂げた。営業利益については、ECマーケティング事業においてECサポート事業の案件の受注が伸び悩んだことでセグメント利益が前期比10.2%減少したが、商品企画関連事業においてはGenepa Vietnamの好調な受注が寄与したことでセグメント利益が同98.0%増と拡大した。経常利益の増益は、営業利益の増加に加え、為替変動リスクの低減を目的にGenepa Vietnamへの貸付金の大部分に対してDESを実施したことが要因だ。これにより営業外収益として為替差益52百万円を計上し、さらに前期の為替差損78百万円がなくなったことで大幅増益となった。そのほか、営業外収益には青島新綻紡貿易の子会社である青島新嘉程家纺が中国青島市政府から認定を受けた、高新技术企業認定に関わる補助金収入（8百万円）を計上している。これらの結果、最終利益は前期から黒字転換した。

2025年10月期連結業績

(単位：百万円)

	24/10期		25/10期			前期比		予想比 達成率
	実績	売上比	予想	実績	売上比	増減額	増減率	
売上高	16,235	-	17,500	16,552	-	316	2.0%	94.6%
売上総利益	4,265	26.3%	-	4,515	27.3%	249	5.9%	-
販管費	4,183	25.8%	-	4,400	26.6%	216	5.2%	-
営業利益	81	0.5%	120	114	0.7%	32	39.9%	95.3%
経常利益	22	0.1%	160	178	1.1%	156	700.9%	111.6%
親会社株主に帰属する 当期純損益	-138	-	150	161	1.0%	300	-	107.6%

注：予想は2025年6月発表の修正値

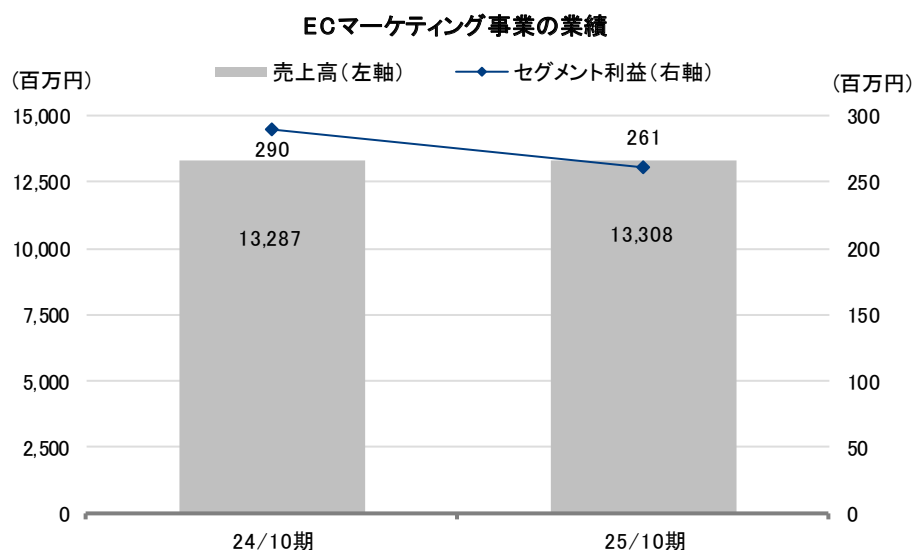
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

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は、売上高13,308百万円（前期比0.2%増）、セグメント利益261百万円（同10.2%減）となった。同事業における主力のマーケティング事業では、「リコメン堂」での家具・家電・生活雑貨等の人気商品の販売が好調で、シーズンに合わせた商材の継続的な導入や各種セールでの販売強化策が奏功した。またD2C商品を拡大販売したことが売上拡大に寄与した。D2C商品の主力ブランドである「s!mplus」は2025年7月に累計販売数が50万台を突破したが、2024年2月に累計販売数30万台を達成してからわずか1年4ヶ月で大台を突破したことになり、その人気の高さがうかがえる。2025年10月期の売れ筋は、コンパクトで大容量な1ドア冷蔵庫、透明水モード搭載の製氷機、小型のバケツ式洗濯機等で、同社の継続的なマーケティングデータの収集と、「EPO」による分析及びオペレーションのシステム化の効果が発揮されたと言えるだろう。一方ECサポート事業では、利益率の高い案件への取り組みが予想どおりに進まなかったほか、前期の大型案件の反動もあり2025年10月期は新たな大型案件受注には至らなかった。これらを要因に事業全体の売上高は微増にとどまった。利益面では利益率の高いD2C商品の販売が好調だった半面、ECサポート事業の収益の伸び悩みや、USP事業への投資が継続していることもあり結果的に減益での着地となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

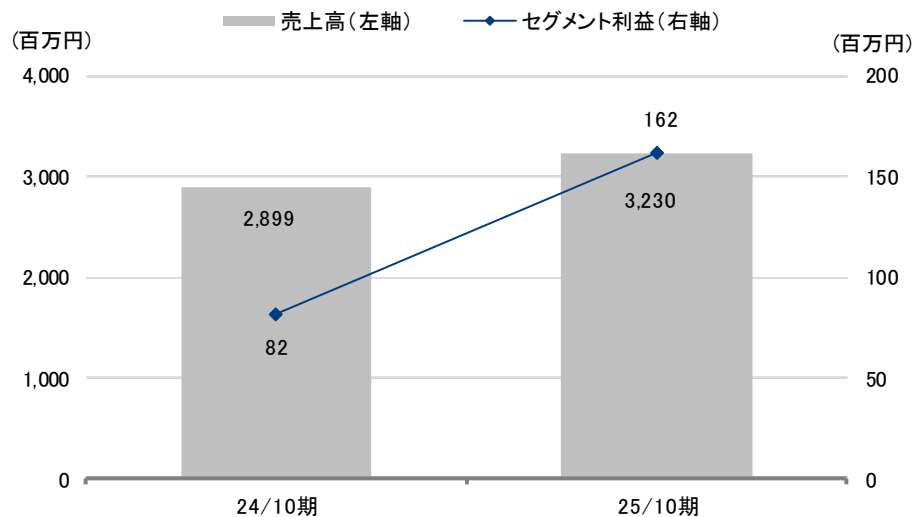
<https://www.genepa.com/ir/>

業績動向

(2) 商品企画関連事業

商品企画関連事業は、売上高3,230百万円（前期比11.4%増）、セグメント利益162百万円（同98.0%増）と増収、セグメント利益は大幅増益となった。売上面では、中国子会社である青島新統紡貿易と、ベトナム子会社であるGenepa Vietnamにおいて受注と納品が好調だった。特にGenepa Vietnamにおける家具の企画開発製造及び卸売では、日本国内企業のほか、豪州やイタリアといった海外の新規取引先が増加し、受注が伸びた。なお、日本国内企業向け販売に関し、事実上ドルペッグ制を敷くベトナムから日本への輸入では、現在の円安傾向から製品仕入コストが上昇し利益率に影響が出る点に注意が必要だろう。一方、豪州等その他海外向けはその限りではないため、その他海外向けの取引先を多様化して拡大していることは好材料と言えよう。販売にあたっては、日本企業の子会社となることから、品質や生産管理等の信頼性をアピールして海外展示会へ積極的に参加したことが、市場開拓の成果を出している。青島新統紡貿易では従来の主力商品であった寝具に加え、自社で独自開発した機能性繊維をアパレル向けに改良して提供する施策を進め、2025年10月期は大手寝具メーカーや大手小売メーカーが販売するリカバリーウェアに採用され、目標を上回る販売実績を上げた。アパレル向けを拡大させるため、2025年10月には伊藤忠商事とアパレル向け機能性繊維の共同開発・販売に関する基本合意書を締結した。両社が共同でアパレル向けの接触冷感・持続冷感機能を有する新素材を開発し、商品化する。同社は素材設計と試作開発を担い、伊藤忠商事がアパレルブランド・SPA・OEMへの展開を進める。2026年春夏シーズンには一部の製品化を目指しており、アパレル向けの業績に弾みが付きそうだ。利益面では、青島新統紡貿易での積極的な新繊維素材開発への投資を行いながらも、特にGenepa Vietnamでの業績が向上し、大幅増益となった。

商品企画関連事業の業績



出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

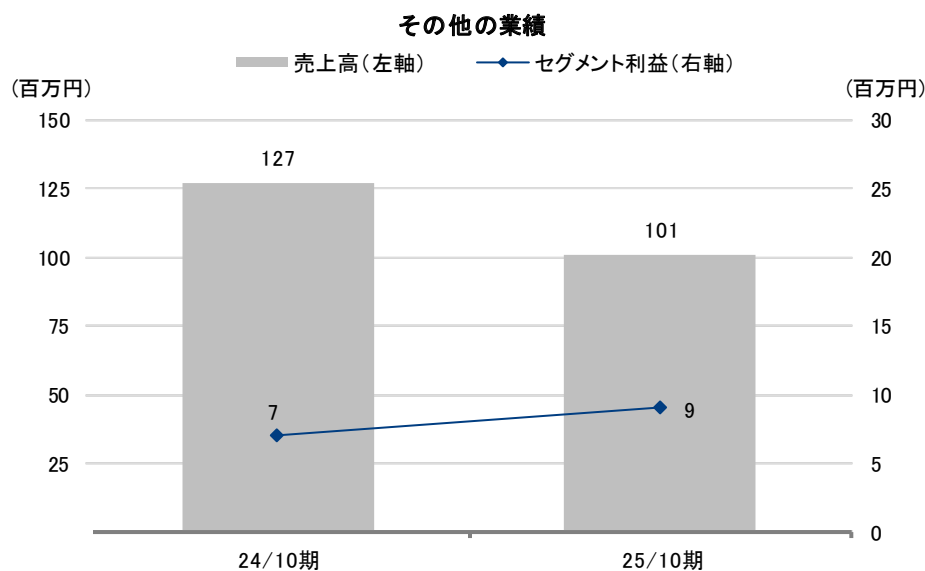
<https://www.genepa.com/ir/>

業績動向

(3) その他

同社は報告セグメントとして、ECマーケティング事業及び商品企画関連事業以外のものを「その他」の区分に含めている。「その他」のうち、従来の受託開発事業については、主に国・大学・企業の研究所との共同研究を通じた開発や支援、保守業務を行い、「その他」の売上高は101百万円（前期比20.1%減）、セグメント利益は9百万円（同19.8%増）となった。なお、従来「その他」に区分していた非物販事業としてのメディア事業はUSP事業へと統合されている。受託開発事業においては内閣府より「エビデンスシステムe-CSTI※の保守」に関わる業務を受託しており安定した収益を計上しているほか、トリプルダブルでのシステム開発等の案件受託に関わる売上が寄与した。また前期の人員増加に伴う投資がなくなったことで利益面は改善した。

※ e-CSTI (Evidence data platform constructed by Council for Science, Technology and Innovation) : 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。



出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

業績動向

3. 財務状況

2025年10月期末における資産合計は前期末比108百万円増の4,629百万円で、流動資産は同74百万円増の4,373百万円となった。主な要因は、現金及び預金が447百万円減少した一方で、取引高増に伴う売上債権（受取手形及び売掛金）が63百万円増加、今後の販売強化に向けて商品及び製品が291百万円増加したことによる。固定資産は同34百万円増の255百万円となった。主な要因は、のれんが19百万円減少した一方で、機械装置及び運搬具が31百万円増加、ソフトウェアが53百万円増加したことによる。

負債合計は前期末比11百万円減の2,741百万円で、流動負債は同17百万円増の2,679百万円となった。主な要因は、今後の運転資金やM&A資金のために締結したコミットメントライン契約に伴う短期借入金が増加した一方で、支払手形及び買掛金が262百万円減少したことによる。固定負債は同28百万円減の62百万円となった。主な要因はリース債務が25百万円減少したことによる。

純資産合計は前期末比119百万円増の1,887百万円となった。主な要因は、親会社株主に帰属する当期純利益161百万円の計上に伴う利益剰余金の増加、為替換算調整勘定が41百万円減少したことによる。

簡易貸借対照表 (連結)

(単位：百万円)

	24/10期末	25/10期末	増減額
流動資産	4,299	4,373	74
現金及び預金	1,248	801	-447
受取手形及び売掛金	1,185	1,249	63
商品及び製品	1,293	1,585	291
固定資産	221	255	34
有形固定資産	73	78	5
無形固定資産	81	115	34
投資その他の資産	66	61	-5
資産合計	4,520	4,629	108
流動負債	2,661	2,679	17
支払手形及び買掛金	1,032	769	-262
短期借入金	890	1,230	340
未払金	346	416	70
固定負債	91	62	-28
負債合計	2,753	2,741	-11
純資産合計	1,767	1,887	119
負債純資産合計	4,520	4,629	108

出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

業績動向

4. キャッシュ・フローの状況

2025年10月期末における現金及び現金同等物は、前期末比406百万円減の800百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは625百万円の支出（前期は261百万円の収入）となった。主な要因は、税金等調整前当期純利益180百万円、減価償却費58百万円があった一方で、売上債権が59百万円増加、棚卸資産が295百万円増加、仕入債務が268百万円減少したことによる。投資活動によるキャッシュ・フローは72百万円の支出（前期は78百万円の収入）となった。主な要因は、定期預金の払戻による収入39百万円があった一方で、有形固定資産の取得による支出55百万円、無形固定資産の取得による支出60百万円があったことによる。財務活動によるキャッシュ・フローは297百万円の収入（前期は10百万円の収入）となった。主な要因は、長期借入金の返済による支出15百万円があった一方で、短期借入金390百万円増加したことによる。営業キャッシュ・フローはマイナスとなったが、業容の拡大に伴い、今後の商品販売強化に向けた仕入等の拡大を積極的に進めている様子がうかがえる。不足する運転資金については、2025年4月に10億円から13億円に拡充したコミットメントライン契約に基づき、機動的な資金調達が可能となっており、資金繰りの懸念は少ないと弊社では見ている。

キャッシュ・フロー計算書 (連結)

(単位：百万円)

	24/10期	25/10期
営業活動によるキャッシュ・フロー	261	-625
税金等調整前当期純利益または純損失 (-は損失)	-76	180
減価償却費	76	58
のれん償却額	19	19
減損損失	95	-
賞与引当金の増減額 (-は減少)	32	19
受取利息及び受取配当金	-9	-2
為替差損益 (-は益)	21	3
売上債権の増減額 (-は増加)	-20	-59
棚卸資産の増減額 (-は増加)	7	-295
仕入債務の増減額 (-は減少)	52	-268
未払金の増減額 (-は減少)	27	71
その他	49	-56
利息及び配当金の受取額	9	2
法人税等の支払額	-62	-39
法人税等の還付額	52	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	78	-72
固定資産の取得による支出 (有形・無形合算)	-77	-115
定期預金の払戻による収入	159	39
財務活動によるキャッシュ・フロー	10	297
短期借入金の増減額 (-は減少)	130	340
長期借入金の返済による支出	-69	-15
子会社株式の取得による支出	-26	-
配当金の支払額	-0	-
現金及び現金同等物に係る換算差額	-36	-4
現金及び現金同等物の増減額 (-は減少)	313	-406
現金及び現金同等物の期首残高	893	1,206
現金及び現金同等物の期末残高	1,206	800

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

D2C商品や機能性繊維の優位性を生かし、利益面の伸長を図る

1. 2026年10月期の業績見通し

2026年10月期の連結業績は、売上高18,600百万円（前期比12.4%増）、営業利益250百万円（同118.6%増）、経常利益240百万円（同34.4%増）、親会社株主に帰属する当期純利益180百万円（同11.5%増）と増収増益を見込んでいる。2025年10月期の実績を踏まえ、推進中の中期経営計画の2026年10月期目標値から微修正した。中期経営計画の目標値は売上高19,250百万円、親会社株主に帰属する当期純利益150百万円であることから、それぞれ3.4%減、20.0%増となる。営業利益については、中期経営計画における2027年10月期の目標459百万円達成に向けて利益率の改善を各事業において進めており、2026年10月期の予想は中期経営計画目標値と同額としている。なお、通期業績予想に関しては、伊藤忠商事との取り組みや、成長戦略を推進する中国国内向け販売といった不確実性の高い収益予想は含めていないことから、予想達成の可能性は相応に高いと弊社では見ている。

ECマーケティング事業では、引き続き利益率の高いD2C商品の商品ラインナップを拡充し販売を強化することで利益率の向上を目指す。家電ブランドの「s!mplus」や寝具ブランドの「カクシング」「with core」の各商品は、独自コンセプトに基づいた商品設計で差別化が進んでいる。また、国内外の製造工場から直接仕入れることで一定の利幅を確保すると同時に、コストパフォーマンスの高さの訴求で売上増とブランド認知拡大も実現している。2025年10月期には、インテリアにおいて実用新案採用のオリジナルブランド「HIA」やマイクロビーズチェアの「float」、ミニマルクッションソファの「cocolu」等の新ブランドをリリースしており、バリエーションを拡大させている。同社はD2C商品の開発・拡充によりLTV（Life Time Value：顧客生涯価値）を向上させ、買い替え需要の喚起のほかアップセルやクロスセルなどにより、長期的に安定した収益基盤の構築を目指している。また、2025年9月に、D2C商品を販売している「リコメン堂」のTikTok Shopへの公式出店を発表した。これまでTikTokの公式アカウントで実施してきた、インテリア、家電、雑貨等の紹介動画が、顧客の購買行動につながる効果が期待できる。今後もSNSを活用したブランディングと販路拡大を積極推進し、顧客接点の拡充からさらなる成長を目指す考えだ。一方、ECサポート事業では、利益率の高い案件受託を推進すべく、営業体制を強化するとともに社内に蓄積されたマーケティングデータを活用して国内だけでなく海外からの受注を目指す。

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

今後の見通し

商品企画関連事業では、好調な中国及びベトナムの子会社のさらなる業績拡大が期待される。中国子会社である青島新綻紡貿易はいわゆる研究開発型の企業で、子会社を含めこれまでに機能性繊維等に関する特許を数多く獲得しており、2025年10月期においても5件の特許取得を発表した。同社は、これら特許を活用した「機能性繊維×サステナブル素材」事業を推進する方針だ。例えば、青島新嘉程家紡が開発した「PCM※リヨセル繊維」は、パルプを原料とした再生セルロース繊維であるリヨセルとPCMを組み合わせることで、環境にやさしく、既存の温度調節繊維と比較して低コストを実現する。寝具だけでなく、アパレル、スポーツ、アウトドア、ヘルスケア等の幅広い市場展開が可能で、オリジナル製品を積極展開できる格好の素材となる。また2025年8月に、紙より薄く、鋼と比べて200倍の強度と10倍以上の熱伝導性、シリコンと比較して100倍の電子移動性を持つカーボン素材として「21世紀の万能材料」と呼ばれるグラフェンを、ナノサイズに微細化した「グラフェン量子ドット」の特許を取得し、その12日後には、グラフェン量子ドット単体と比較して耐久性の高い「グラフェン量子ドット×グラフェン複合繊維」の特許取得も実現した。この素材は高耐久性が要求される作業着やアウトドア、スマート衣料、産業用品に適応可能で、顧客層の広がりが予想される。同年10月にアパレル向け機能性繊維の共同開発・販売で基本合意した伊藤忠商事は、国内外で幅広いアパレル流通網やブランドネットワークを有することから、これら機能性繊維のアパレル向けの採用拡大に期待がかかる。

※ PCM (Phase Change Material)：温度調節機能を持つ相変化材料。

ベトナム子会社であるGenepa Vietnamでは海外向け売上比率を拡大する。欧州、豪州のほか、米国においても受注拡大を進めていく。これまでの実績では安定した生産体制による高品質への評価が高く、今後はさらなる品質向上に向け、家具に使用される木材の木目の現れ方など、国や地域によって異なるデザインへのニーズ等、機微な差異を捉えた商品開発にも注力し、業績拡大につなげる方針だ。

2026年10月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/10期 実績	26/10期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	16,552	18,600	2,047	12.4%
営業利益	114	250	135	118.6%
経常利益	178	240	61	34.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	161	180	18	11.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

2026年1月26日 (月)

<https://www.genepa.com/ir/>

今後の見通し

2. 中期経営計画の進捗状況

中期経営計画は、2025年10月期から2027年10月期までの3年間を対象とし、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、親会社株主に帰属する当期純利益320百万円としている。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。

2027年10月期営業利益の目標として、ECマーケティング事業はD2C商品をはじめとする成長分野での開発に注力し2024年10月期比244百万円増を、商品企画関連事業は中国子会社及びGenepa Vietnamの事業拡大により同150百万円増を目指す。そのほか、営業利益を押し上げる要因となる減価償却費の削減を2026年10月期、2027年10月期でそれぞれ同20百万円を見込んでいる。新規領域として、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向けの展開を掲げている。計画初年度となる2025年10月期の業績目標である、売上高17,500百万円、営業利益120百万円、親会社株主に帰属する当期純利益90百万円に対し、達成率はそれぞれ94.6%、95.3%、179.4%と、売上高及び営業利益は若干ビハインドの一方、最終利益は大幅な目標超過と、おおむね堅調な滑り出しと言えるだろう。

2026年10月期の業績予想では、中期経営計画の業績目標比で、売上高は縮小したものの、営業利益は計画値を維持、最終利益は上方に転じた。ECマーケティング事業ではD2C商品の独自コンセプト等を生かしたラインナップ拡充と、製販連結によるコスト優位性により利益率の向上が進んでいる。今後もその方針を強化し、営業利益を計画以上に伸ばす考えだ。また新規領域のUSP事業では、2025年10月期は運営する10店舗で一定の売上高と利益率を確保した。商品の拡充等これまでの運営状況の検証を進めており、店舗体制や運営方針などを決定後に公表する予定だ。もう1つの新規領域である中国でのECマーケティング事業では、中国国内の消費拡大政策に対応した投資及び運営方針を定めた。また青島新統紡貿易の子会社として青島康織紡績科技を設立し、TikTok等のライブコマースプラットフォームを活用した商品ブランディング・マーケティングを強化すべく体制強化を図っている。加えて、青島新統紡貿易グループを中心に、これまで培った越境EC事業の経験やECサイトの構築ノウハウ、国内ECモールを運営してきたマーケティング及びシステム技術を生かし事業を展開する。中国のカントリーリスクについては、中国子会社を中心とする中国国内での運営体制であることから、限定的なものと考えているようだ。

USP事業の店舗一覧 (2025年12月31日時点)

店舗名	オープン	店舗の特徴
Branchée Beauté	2024年 4月	韓国・北欧好きのための通販サイト
mimipets (旧 オロシール)	2024年 4月	愛らしいペット用品を販売する通販サイト
DigKag	2024年 4月	大型家具に特化した通販サイト
寝具選びのNEYOKA	2024年12月	幅広い寝具製品を取り扱う通販サイト
ギフトシア	2024年12月	シーンに合わせたギフトが選べる通販サイト
ハコモノヤ。	2024年12月	収納家具を中心に販売する家具の通販サイト
babynug	2024年12月	ベビー・キッズ用品を専門に取り扱う通販サイト
Kitchen Suggest	2024年12月	キッチン家電を中心に販売する通販サイト
GraSUS	2024年12月	新潟・燕三条製キッチン用品専門の通販サイト
madokara	2024年12月	カーテン・ブラインドを中心に販売する通販サイト

出所：同社リリースよりフィスコ作成

ジェネレーションパス
3195 東証グロース市場

2026年1月26日(月)
<https://www.genepa.com/ir/>

今後の見通し

商品企画関連事業では、機能性繊維の優位性を生かした付加価値商品での差別化により、新規領域としてアパレル向けへの展開を着実に進めている。アパレルは寝具と比べ大きな市場であり、同社グループの開発力と伊藤忠商事の取引基盤活用により中期経営計画期間中に事業の大幅拡大を目指す。またGenepa Vietnamにおいては、家具製造販売により構築した世界の取引先や、展示会等を通じて得たノウハウを生かし、機能性繊維の販売を検討している。

■ トピックス

株主優待制度を拡充、長期保有で優遇

同社は、2025年2月に新たな株主還元策として株主優待制度を新設し、同年8月には株式の長期間保有を目的として、同制度の拡充を発表した。従来は毎年10月末日の株主名簿に記載された100株以上を保有する株主を対象に株主優待券2,000円分1枚を進呈することとしていたが、拡充後は同一株主番号で連続2回以上かつ100株以上保有する株主に長期保有特典として株主優待券2,000円分1枚が追加で進呈される。株主優待券は、株主限定の特設Webサイトで、同社グループが展開するインテリア、家電、雑貨等様々なジャンルの商品の購入に利用できる。

重要事項 (ディスクレーマー)

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、配布等することは強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