



2026年10月期第1四半期 決算補足説明資料

株式会社ジェネレーションパス
2026年3月13日

TOPICS

2025年10月27日開示

伊藤忠商事株式会社との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締結のお知らせ

2025年11月26日開示

上場維持基準への適合に関するお知らせ

2026年01月08日

当社ブランドs!mplusが「記者が選んだ！通販・ECヒット商品グランプリ2025」「家電・デジタル」カテゴリー ネクストヒット賞を受賞

2026年01月28日開示

事業計画及び成長可能性に関する事項（中期経営計画の進捗）を開示

2026年02月27日

ベトナム国際家具展示会「HAWA EXPO 2026」に出展、欧州基準対応型メーカーとしてグローバル展開を加速

**2026年10月期
第1四半期業績**

ECマーケティング事業でD2C商品（※1）の販売拡大やエアコン・プリンター等の高単価商品の販売が好調に推移し増収。商品企画関連事業で中国子会社のリカバリーウェア販売の拡大やベトナム子会社の家具受注増加により大幅な増収。利益面では利益率の高いD2C商品の販売拡大や物流施策等による利益率改善により営業利益が大幅な増益。

- 売上高: 4,578百万円(前年同期比 10.9%増)
- 営業利益: 40百万円(前年同期比 538.6%増)
- 経常利益: 44百万円(前年同期比 41.6%減) 前年同期に為替差益を営業外収益として計上していた影響で減益

**ECマーケティング
事業**

D2C商品の販売拡大やエアコン・プリンター等の高単価商品の販売が好調。

- 売上高: 3,518百万円(前年同期比 1.5%増)
- セグメント利益: 68百万円(前年同期比 7.1%増)
- USP(Unique Stores Platform)事業の拡大(※2)
- D2C(自社独自仕入れ商品開発)事業を拡大、新生活・季節商材の導入、家具・家電・生活雑貨の販売が好調

**商品企画関連
事業**

中国子会社によるリカバリーウェア、機能性繊維寝装品の販売が拡大、ベトナム子会社も好調

- 売上高: 1,118百万円(前年同期比 70.0%増)
- セグメント利益: 60百万円(前年同期比 209.6%増)
- ベトナム子会社、家具の受注・納品が好調
- 中国子会社はリカバリーウェアと機能性繊維寝装品の販売が拡大 提携先と共同で進めている機能性繊維のアパレル向け開発については一部受注を獲得するなど順調に進捗中

※1 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

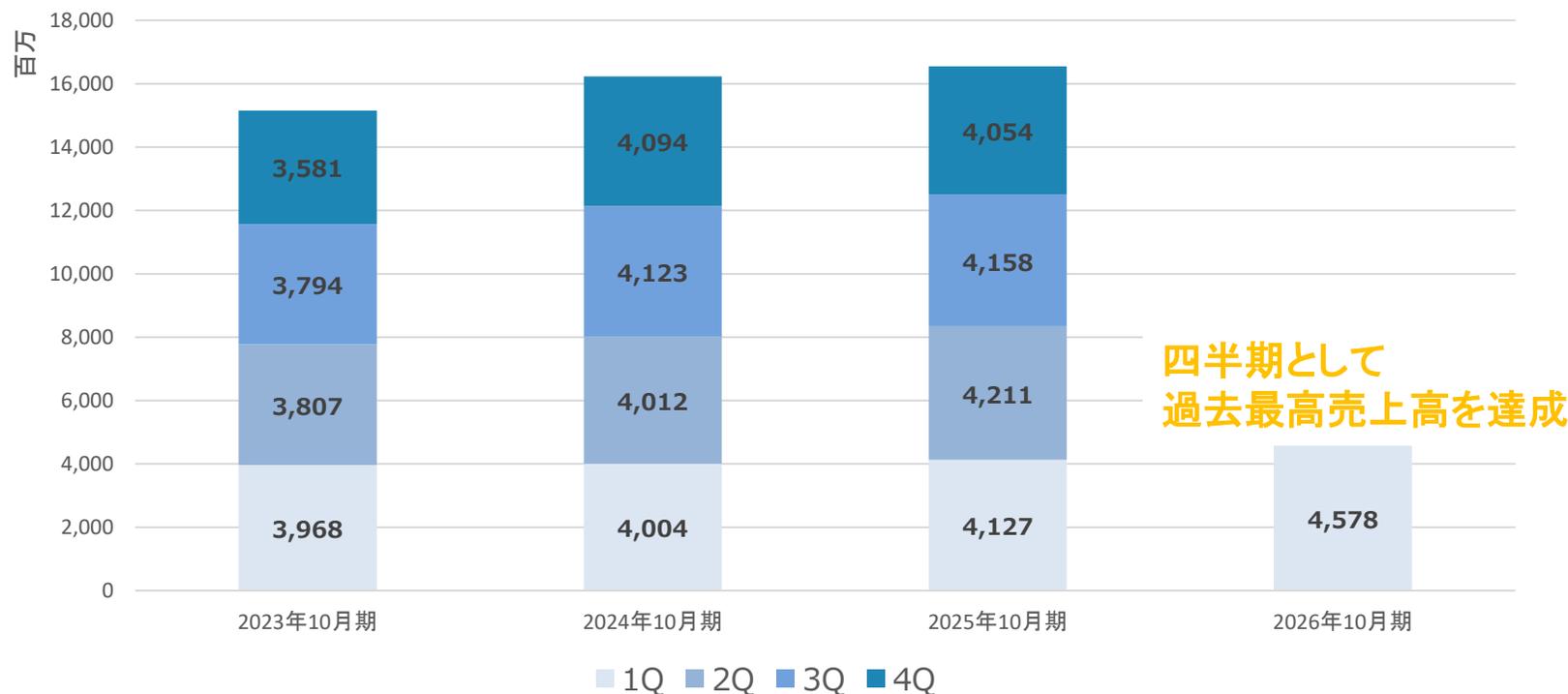
※2 USP事業 = 新規事業として、既存のECモールでは実現しにくい特色ある自社ECサイトを多数構築し、それらを有機的に結合させることにより、自社ECサイト群を基礎としたプラットフォーム事業(名称:「Unique Stores Platform 事業」)

ECマーケティング事業では家具・家電・生活雑貨に加えてD2C商品の販売拡大やエアコン・プリンター等の高単価商品の販売が好調に推移し、前年同期比で増収となった。商品企画関連事業では、中国子会社によるリカバリーウェア販売の拡大やベトナム子会社の受注増加により大幅な増収となった。利益面では、両事業での増収に加え、利益率の高いD2C商品の販売拡大や物流施策等による利益率改善により営業利益は大幅な増益となった。一方、前年同期に主としてデット・エクイティ・スワップに係る為替差益67百万円を営業外収益として計上していた影響により、経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比で減益となった。

(百万円)	2025年1Q	2026年1Q	前年同期 増加率	前回発表予想 達成率
売上高	4,127	4,578	+10.9%	24.6%
営業利益	6	40	+538.6%	16.2%
経常利益	77	44	-41.6%	18.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	82	38	-53.2%	21.4%

2026年10月期第1四半期の売上高はECマーケティング事業においてD2C商品を拡大販売するとともに各種セールの実施や新生活アイテム・季節商材を継続的に導入したことにより、家具・家電・生活雑貨等の販売が好調に推移し前年同期比で1.5%増。商品企画関連事業は中国子会社のリカバリーウェア販売およびベトナム子会社の受注及び納品が好調な水準であったこと等により、売上高は前年同期比70.0%の大幅増。結果として連結売上高は4,578百万円（前年同期比10.9%増）となり過去最高を達成。

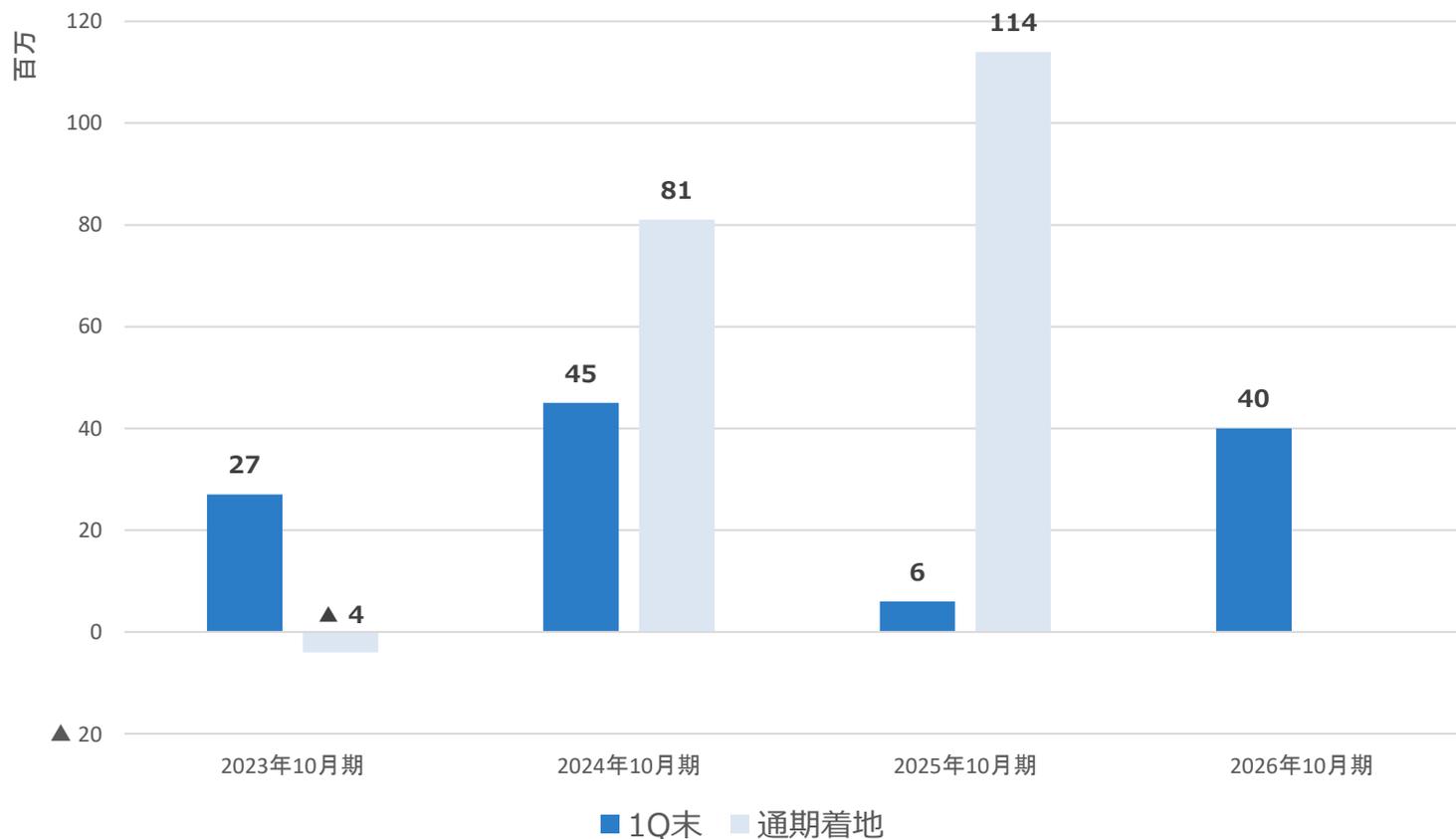
売上高(連結)



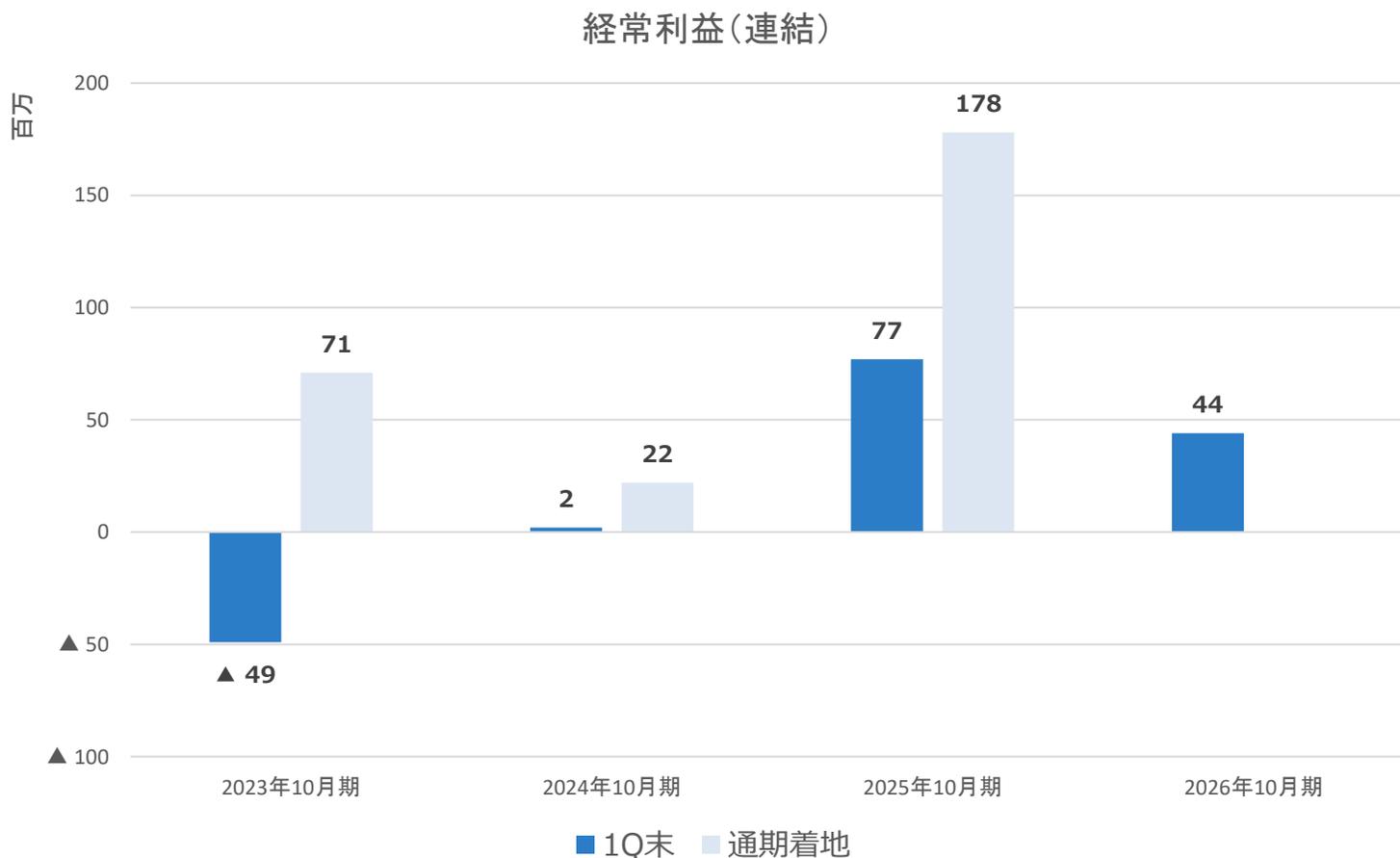
注：ECマーケティング事業の売上高については、2019年10月期第1四半期～2021年10月期第4四半期の期間において「収益認識に関する会計基準」を適用させた形で表示しております。従来は売上計上に伴い、他社が運営するポイント制度において付与されたポイント相当額は、販売費及び一般管理費として処理しておりましたが、2022年10月期第1四半期以降については売上高から控除する方法に変更しております。

営業利益は、ECマーケティング事業では利益率の高い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したことからの増益。商品企画関連事業は中国子会社におけるアパレル向け繊維の開発にかかる投資が先行しているものの、中国子会社の好調な販売が寄与したことから大幅な増益。結果として連結グループ全体の営業利益は40百万円となり**前年同期比538.6%増**と大幅な増益。

営業利益(連結)

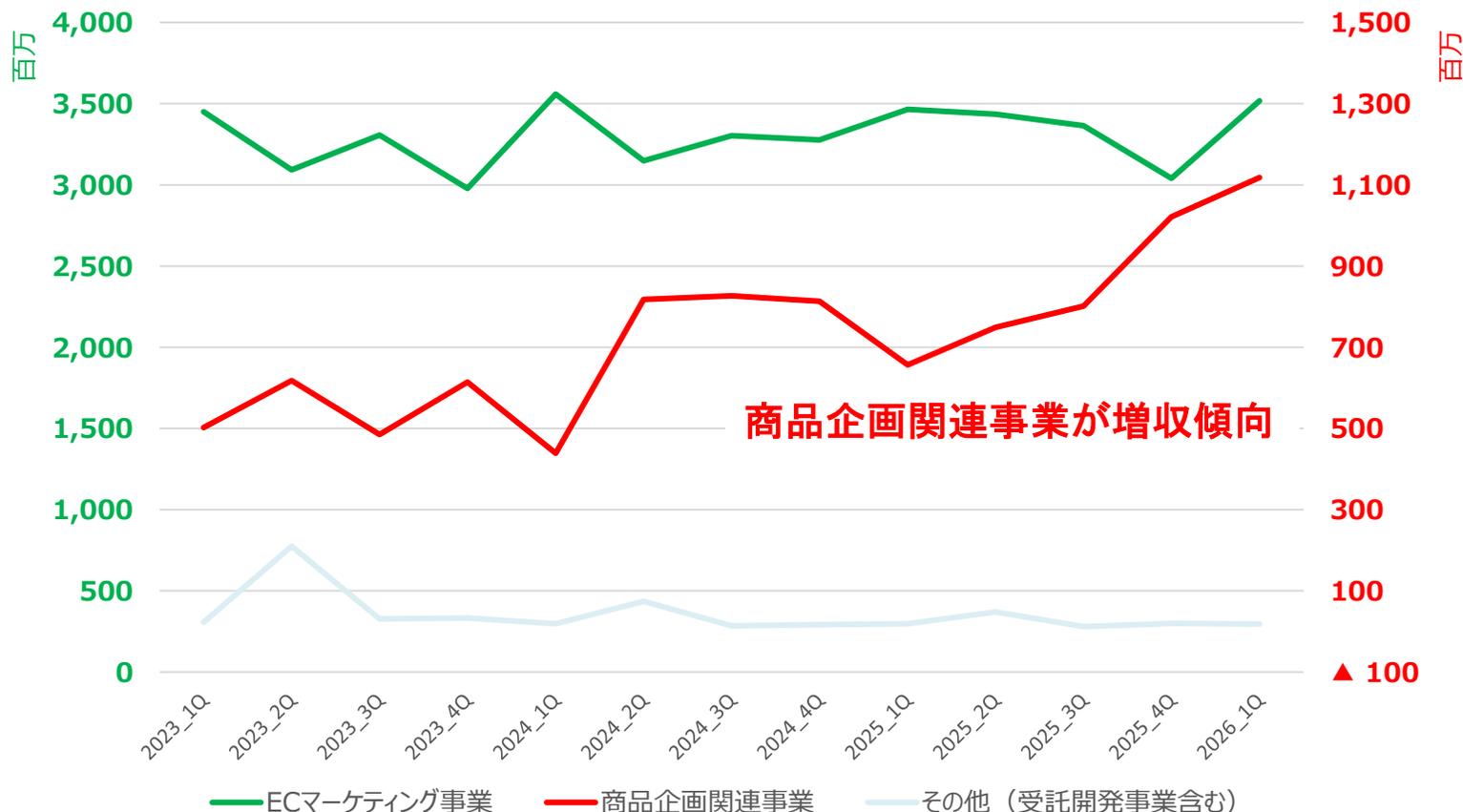


経常利益は、前第1四半期連結累計期間において、為替変動リスクの低減を主目的とした貸付金の株式化（デット・エクイティ・スワップ）等に伴う為替差益67百万円を営業外収益に計上している影響により、前年同期比41.6%減。当第1四半期連結累計期間における為替差損は1百万円となり、為替変動の影響を低減させる目的は達成。



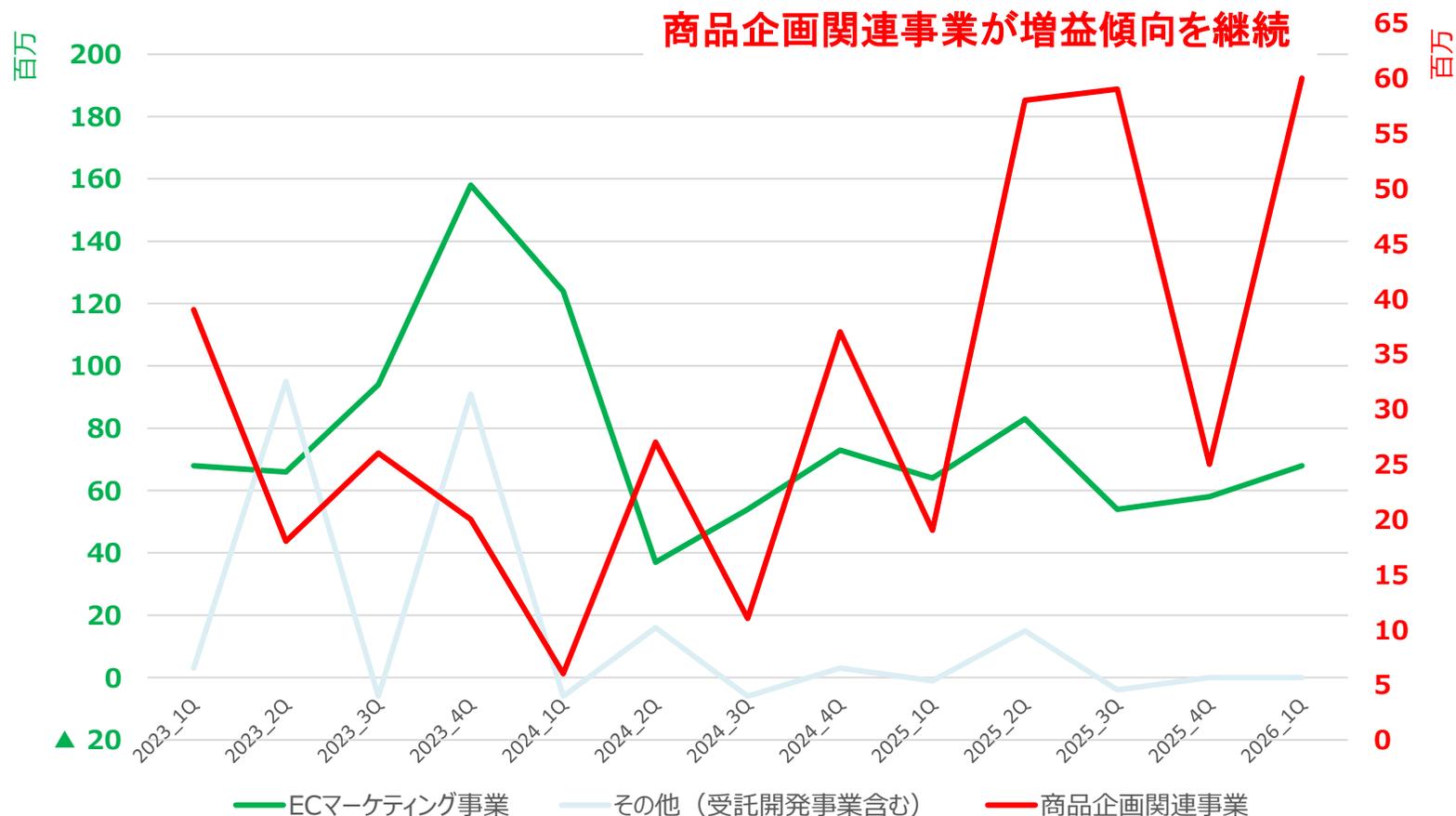
ECマーケティング事業では家具・家電・生活雑貨に加えてD2C商品の販売拡大やエアコン・プリンター等の高単価商品の販売が好調に推移し、前年同期比で増収。セグメント利益：68百万円（前年同期比 7.1%増）

商品企画関連事業では、中国子会社によるリカバリーウェア販売の拡大やベトナム子会社の受注増加により大幅な増収。セグメント売上高は1,118百万円（前年同期比 70.0%増）



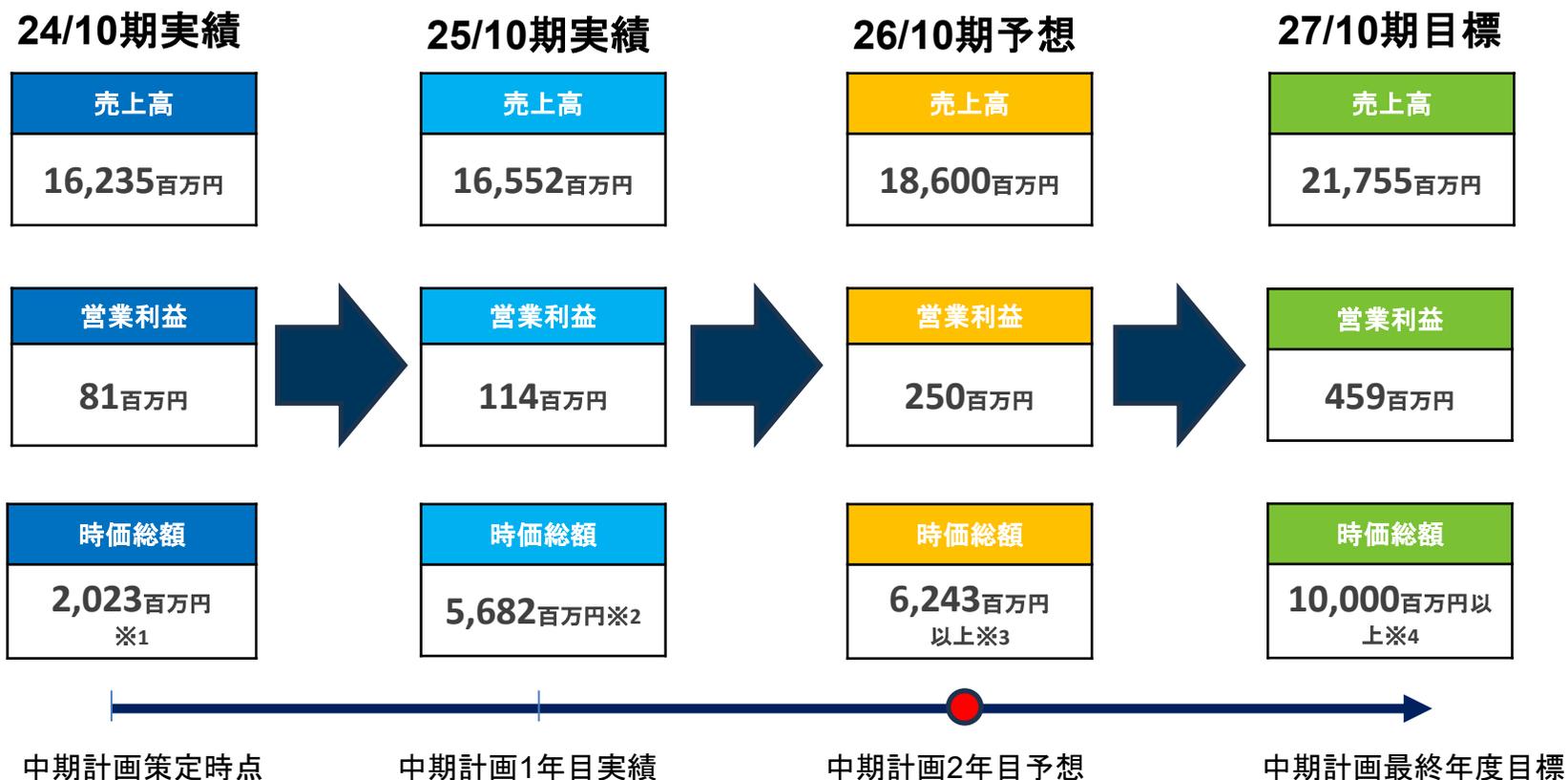
ECマーケティング事業：D2C商品の販売拡大やエアコン・プリンター等の高単価商品の販売が好調であり増益。セグメント利益は68百万円（前年同期比 7.1%増）。

商品企画関連事業：中国子会社によるリカバリーウェア、機能性繊維寝装品の販売が拡大、ベトナム子会社も好調となりセグメント利益は60百万円（前年同期比 209.6%増）。



中期経営計画の進捗状況

25/10期の売上高及び営業利益は概ね計画通りに推移。一方、経常利益以下は2025/6/13開示の上方修正値を更に上回って着地。これに伴い**時価総額については想定水準以上**で進捗中。



※1 24/10期の時価総額は期末時点の株価×期中平均株式数

※2 25/10期の時価総額は期末時点の株価×期中平均株式数

※3 時価総額の目標数値は、株式数を一定とし、24/10期と26/10期の営業利益の比率で株価が上昇する仮定で算定しております。

※4 時価総額の目標数値は、株式数を一定とし、24/10期と27/10期の営業利益の比率で株価が上昇する仮定で算定しております。

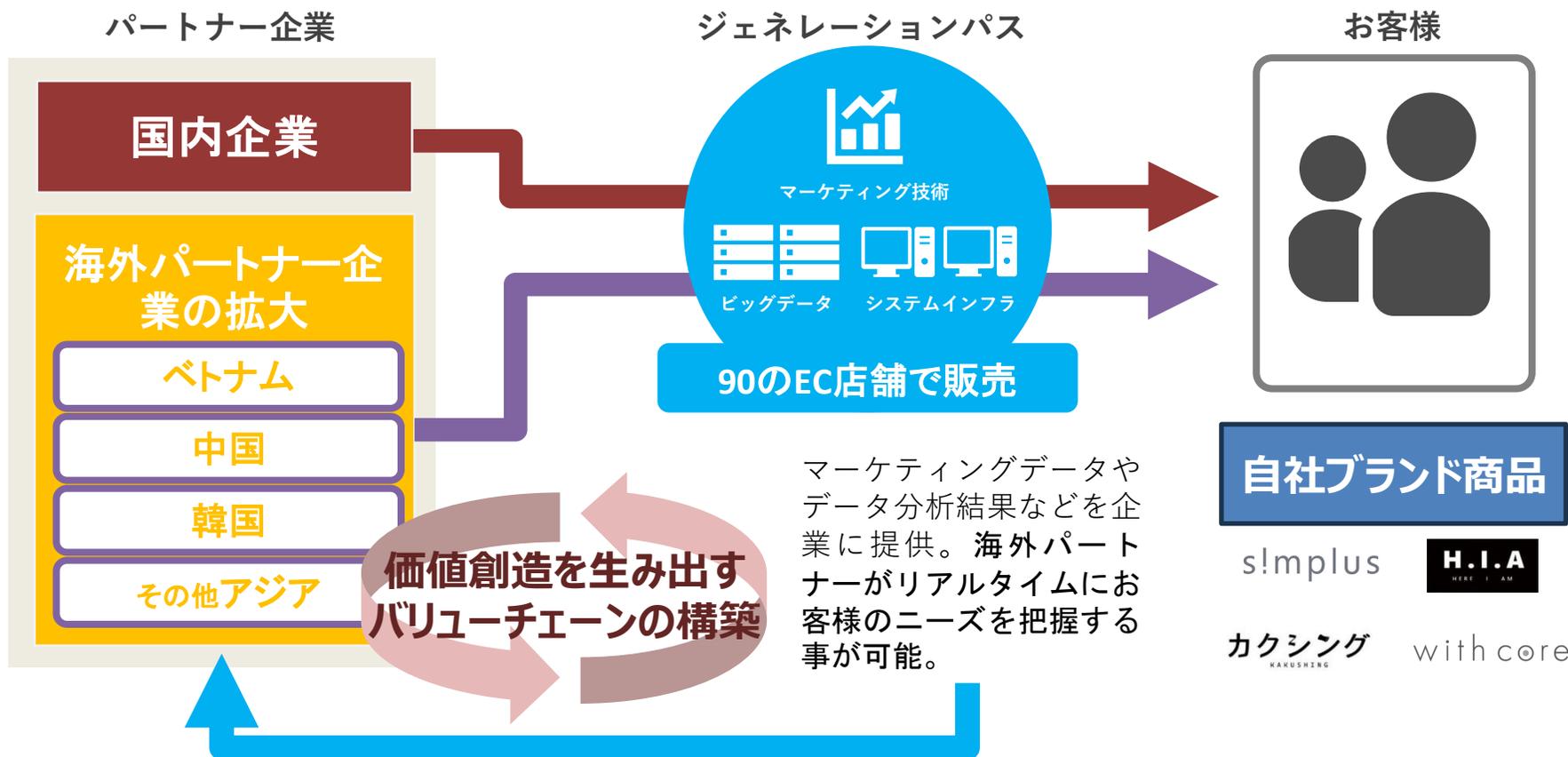


当社の成長戦略

ECマーケティング事業

自社ブランド確立のため製造等パートナー企業をアジアへ拡大 (D2C事業)

国内企業を中心だったパートナー企業を、アジアを中心に海外へ拡大する。当社が蓄積したマーケティングデータや、商品データ等ビッグデータを提供することで海外でも日本国内のニーズにあった商品開発をタイムリーに可能にする。国内外の製造工場と直接結びついたD2C事業を推進することにより原価率が下がり、また、それと合わせ自社ブランド商品を確認し、これまで以上により良い商品を提供しながら利益率を向上させる。

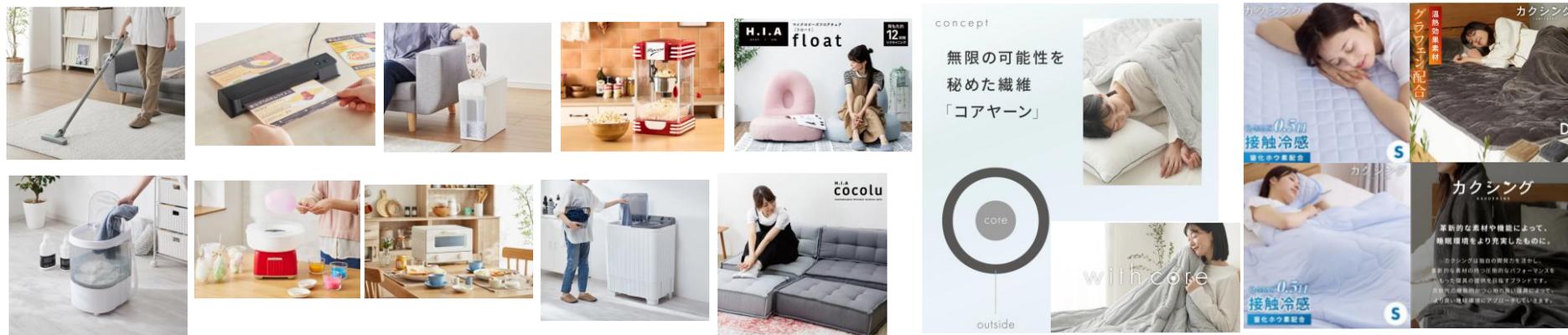


D2C商品 (オリジナルブランド)

ECマーケティング事業で収集したビッグデータを基に分析、商品ラインナップの企画、開発を行う。家電分野では当社オリジナルブランド「s!mplus」(シンプラス)を展開。2026年1月に累計販売数が**70万台を突破**。当連結会計年度にはインテリアにおいても実用新案採用のオリジナルブランド「HIA」、包み込む新感覚マイクロビーズチェア「float」、組み合わせ自由なミニマルクッションソファ「cocolu」などを発売。これまで家電中心であったD2C商品に続いてソファ、テーブル、ダイニングセットなどの家具やペット関連のD2C商品を拡充。繊維分野では、中国子会社が開発した機能性繊維を使ったオリジナルブランドとして、次世代ハイブリッド繊維である「コアヤーン系」を使用した「with core」ブランドや、革新的な機能性繊維を使用した「カクシング」ブランドを展開するとともに、リカバリーウェアを筆頭に、アパレル市場への展開を本格化していく。

■HIAについて

「hia」とはハワイ語で「喜び」や「願い」などを意味する言葉です。人生に喜びや安心を与えてくれるのは自分らしく落ち着ける場所。自分が自分らしくいられる空間にいてほしい。そんな願いから生まれたブランドです。お部屋に馴染みやすいナチュラルテイストな商品を軸に、更に機能的(特許等)なインテリアのご提案を目指しています。コンパクトなチェアやソファに始まり、高座椅子などのお部屋の中で落ち着ける場所をご提供するのためのインテリアをラインナップする予定となっています。



s!mplus

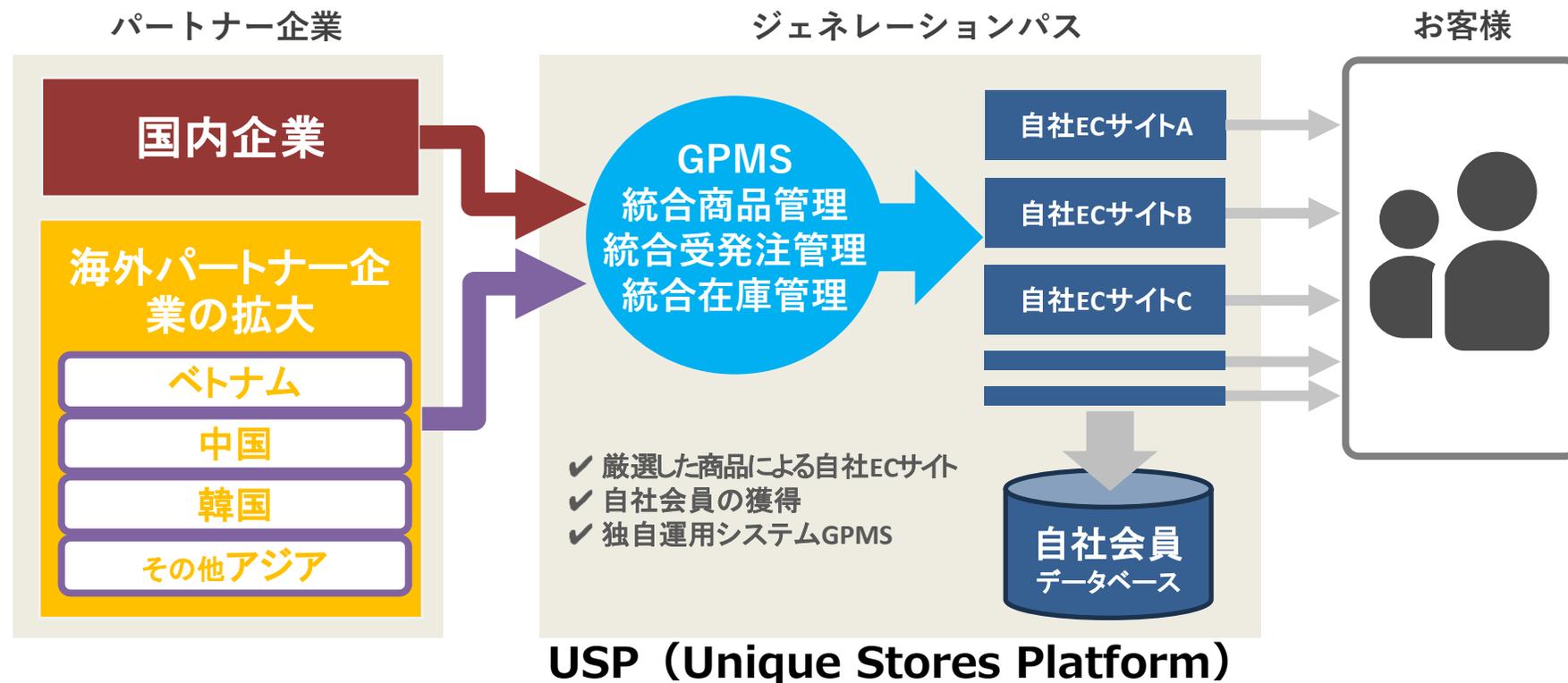
H.I.A.
HERE I AM

with core

カクシング
KAKUSHING

ECマーケティング事業 自社ECサイト群： USP (Unique Stores Platform) 事業の推進

これまでECモール出店を拡大させてきたノウハウ、及び社内開発したオペレーションシステム (GPMS) を活用して、自社ECサイトマーケティング事業 (USP (Unique Stores Platform) 事業) に進出する。各自社ECサイトはサイトごとの厳選した商品ラインナップと特徴を持たせ、お客様に商品を選びやすい環境を提供する。当社では、GPMSを活用する事で店舗数の増加に伴う運用負荷が増加しないため、ローコストでの多店舗運営が可能である。また自社ECサイトならではの会員マーケティングも行うことができるようになり、リピート購入やサブスクリプション購入を促進させることができる。



自社ECサイト群：USP (Unique Stores Platform) 事業

USP事業は専門店型EC事業で、1つ1つの店舗の売上は年商6千万円を目標としてスタート。2025年10月期は自社で10店舗程度の店舗運営を行い、事業性を十分に見定めたくうえで、現在の1,000社を超えるパートナー企業と協力し、将来的には大幅な店舗数の拡大を見込む。

* 2026年1月現在10店舗を検証店舗として運用中。



ギフトシア

【サイトオープン日】2024年12月2日
 【サイトURL】<https://gift-sincere.com/>
 【サイトの特徴】
 商品ジャンルやギフトを贈るシーン、価格など様々な視点から最適な贈り物が選べるギフトを販売



ハコモノヤ

【サイトオープン日】2024年12月6日
 【サイトURL】<https://hakomonoya.jp/>
 【サイトの特徴】
 カラーボックスからキャビネットまで、あらゆるシーンで使える収納家具を中心に家具を販売



Babynug (ベビナグ)

【サイトオープン日】2024年12月9日
 【サイトURL】<https://babynug.jp/>
 【サイトの特徴】
 子どものさまざまな「はじめまして」を「つなぐ」、ベビー・キッズ用品を専門に販売



Kitchen Suggest (キッチン サジェスト)

【サイトオープン日】2024年12月11日
 【サイトURL】<https://ksuggest.com/>
 【サイトの特徴】
 ハイエンドモデルからスタンダードモデルまで取り扱う、キッチン家電を中心に販売



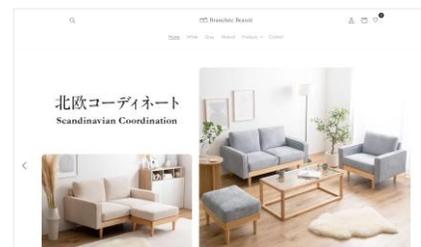
寝具選びのNEYOKA (ネヨカ)

【サイトオープン日】2024年12月2日
 【サイトURL】<https://se-neyoka.com/>
 【サイトの特徴】
 質のいい睡眠には欠かせない、枕・布団・マットレスなど寝具商品を幅広く揃えている寝具専門店



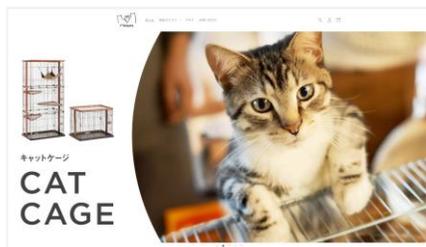
DigKag (ディグカグ)

【サイトオープン日】2024年4月16日
 【サイトURL】<https://digkag.com/>
 【サイトの特徴】
 現役のインテリアバイヤーが厳選した、ワンランク上の素敵な家具に巡り合える大型家具特化型通販サイト



Branchée Beauté (ブランシェ・ボーテ)

【サイトオープン日】2024年4月5日
 【サイトURL】<https://brasheeb.com/>
 【サイトの特徴】
 取扱う商品は人気カラーの3色(ホワイト・ナチュラル・グレー)に特化した韓国系・北欧系の商品



mimipets (ミミペッツ)

【サイトオープン日】2024年4月10日
 【サイトURL】<https://mimipets.jp/>
 【サイトの特徴】
 犬、猫などペットに必要なものがなんでも揃うオンラインペットショップ



madokara (マドカラ)

【サイトオープン日】2024年12月16日
 【サイトURL】<https://madokara.jp/>
 【サイトの特徴】
 サイズオーダー可能なカーテン・ブラインドを販売



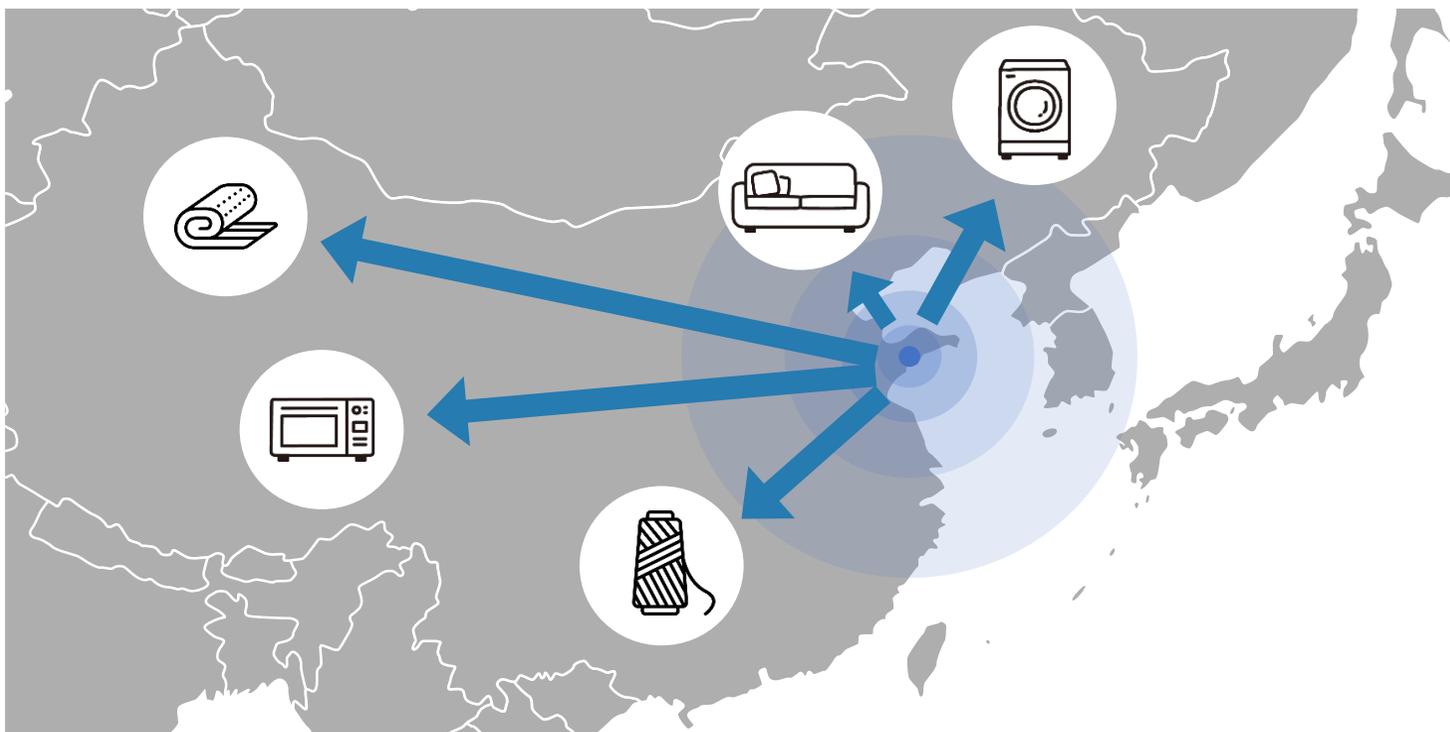
GraSUS (グレイサス)

【サイトオープン日】2024年12月19日
 【サイトURL】<https://grasus.com/>
 【サイトの特徴】
 新潟・燕三条製キッチン用品専門の通販サイト

ECマーケティング事業 中国でのECマーケティング事業に挑戦

2024年12月に発表された中国の筆頭重点政策、“国内消費を強力に拡大し、投資効率を高め、全面的に内需を拡大する（中央経済工作会議）”という大きな流れに的確に対応するため、日本で販売を行う2,499千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。

大手企業と共同した越境EC事業の経験や、他社のECサイトの構築ノウハウ、国内のECモール店舗を拡大させてきたマーケティング技術、及びシステム（GPMS）等の経験実績（失敗も含む）を活用し、中国子会社の青島新綻紡貿易有限公司（以下、新綻紡）グループを中心として、国内外のカントリーリスクなどを勘案し2025年10月期に投資及び運営方針を固め、2026年10月期以降で中国と日本の架け橋になる事業の展開を試みる。



商品企画関連事業 — 機能性繊維研究開発製造事業

中国子会社である新綻紡社は、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い、その研究により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トータルで提供する事業を展開しており、創業以来増収増益傾向を継続。その優れた開発力で商品の多様化・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であり、2024年10月期には増加するニーズに対応するため、ラオスにも製造子会社を設立。

今後も高度なオリジナル開発繊維を中心として事業の強化拡大を図るとともに、開発した繊維について継続的に特許・実用新案を取得することにより、他社に模倣されたり価格競争に巻き込まれることなどのリスクにも対応する。

（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）



暖肌丝

WARM-PP/PHGC

新型抗菌・消臭・温感

山羊绒

カシミアマイヤー
カシミアボア

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

可水洗的天然蚕丝

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

雨露棉

— DEW —

DEOCIL
デオシル

瞬間即効消臭機能
PHコントロールの弱酸性



商品企画関連事業 — 機能性繊維研究開発製造事業

機能性繊維研究開発製造事業



研究開発型のビジネスモデル、既に独自の機能性繊維の開発に成功

中期的な成長戦略



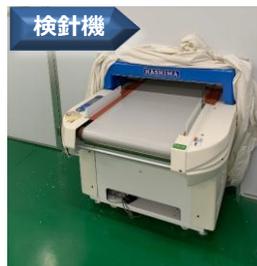
機能性繊維でリカバリーウェアから市場開拓

機能性素材の提供を寝装品市場に加えてアパレル市場へも拡大

商品企画関連事業 — 家具企画開発製造事業 (Genepa Vietnam company limited)

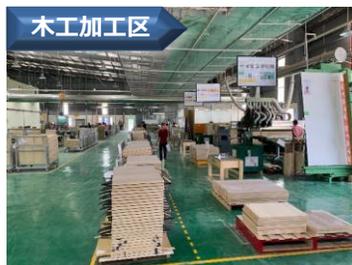


ベトナムにおける弊社子会社であるジェネパベトナム社は、主として大手日本企業向けの高品質な家具製造事業を展開している。2024年からはホテル向けや、日本以外からの受注を促進。海外での家具展示会にも積極的に出展しイタリアやオーストラリアからの受注を獲得。2025年は、欧米向けの受注獲得に注力し、海外向けの売上比率が増加予定。2020年2月にグローバルサプライチェーンにおける企業倫理の向上のため Sedex/SMETA監査*を受監するとともに、2024年には木工工場では数少ないERP管理を導入、並びにISO9001及びISO45001も取得。収益面及び生産管理面において安定した成長基盤を整備。財務面においては2024年12月に、追加増資を実行し、財務体質を大幅に強化。今後は安定的な事業拡大と利益計上を見込む。



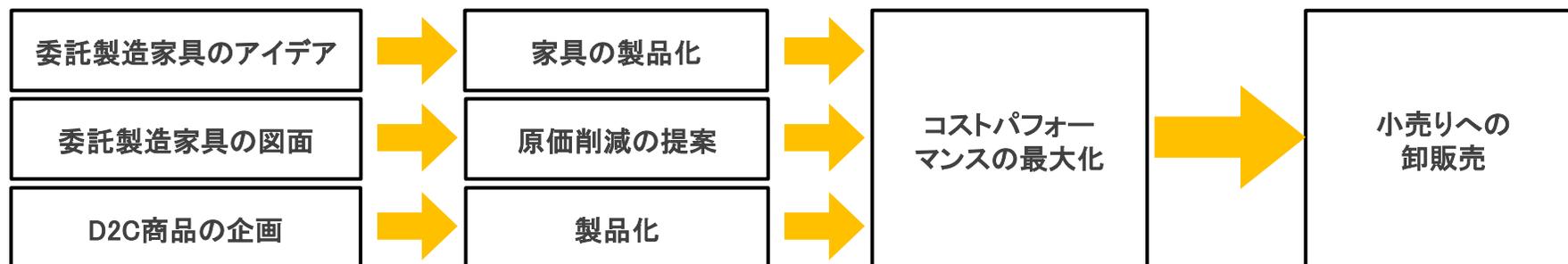
Sedex SMETA

*SMETA(Sedex Members Ethical Trade Audit)とは、Sedex会員企業や監査会社から構成されるSedexステークホルダーフォーラムが、社会・環境に関する監査のベストプラクティスを集約して開発した監査スキームのこと。国際的に認識があり広く受け入れられている監査手法のひとつ。



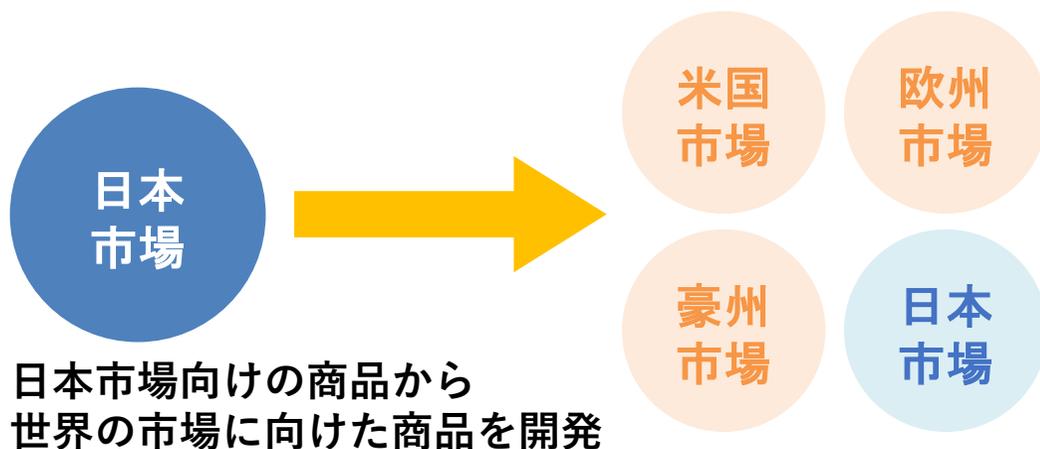
商品企画関連事業 — 家具企画開発製造事業

家具企画開発製造事業



海外製造ながら日本資本による品質への信頼性と製造継続性の安心感

中期的な成長戦略

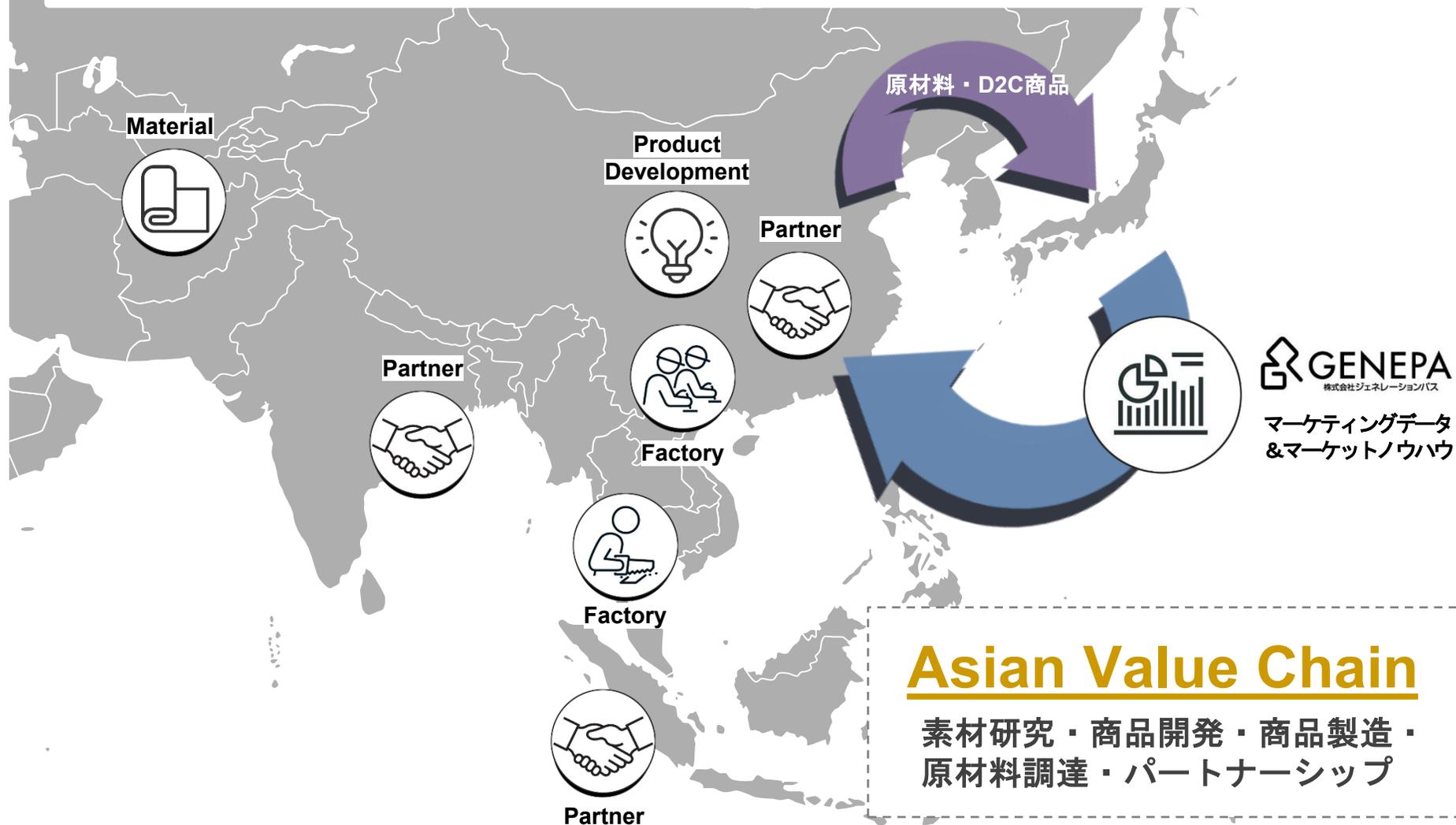


海外の展示会に積極的に参加することで世界市場を開拓。2025年は欧米向け受注の獲得に注力

(2025/3/5よりベトナムHawaExpo 2025 出展) (2026/3/4よりベトナムHawaExpo 2026 出展)



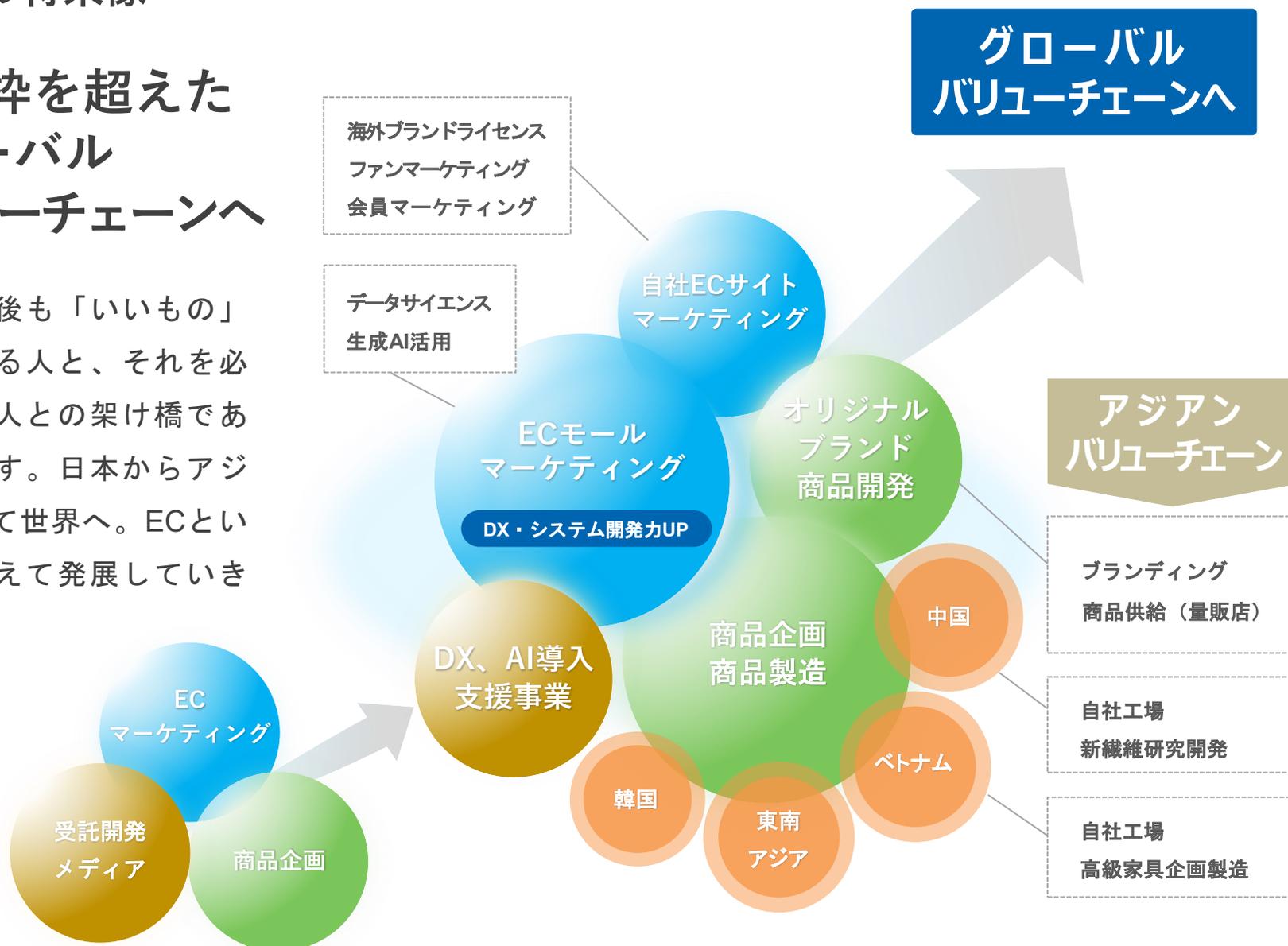
ECで蓄えたマーケティングデータをアジアに循環させる事で顧客が望む商品開発や原材料の調達などアジア圏を跨ぐアジアンバリューチェーンを構築する。



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。