



2026年10月期第2四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6月15日

TOPICS

2026年03月10日開示

前回の約3倍規模に拡大したベトナム国際家具展示会「HAWA EXPO 2026」海外バイヤーとの商談および現地メディアの取材に対応

2026年03月31日開示

医療機器製造販売業許可を取得、リカバリーウェアの自社一貫提供を推進

2026年04月15日開示

東京証券取引所スタンダード市場への市場区分変更申請に関するお知らせ

2026年04月28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・販売に関する事業進捗および基本合意書の契約期間延長に関するお知らせ

2026年05月18日開示

東京証券取引所スタンダード市場への市場区分変更承認に関するお知らせ

**2026年10月期
第2四半期業績**

ECマーケティング事業で家具・家電・生活雑貨に加え、利益率の高いD2C商品（※1）の販売が堅調に推移し増収となった一方、一部子会社でのAI普及による大型案件受注減により同事業は減益。商品企画関連事業では中国子会社のリカバリーウェアをはじめとするアパレル向け販売急拡大やベトナム子会社の好調により大幅な増収増益。連結全体では営業利益が大幅な増益。

- 売上高: 9,655百万円(前年同期比 15.8%増)
- 営業利益: 153百万円(前年同期比 92.8%増)
- 経常利益: 146百万円(前年同期比 15.0%増) 営業利益の大幅な増益により増益

**ECマーケティング
事業**

D2C商品事業を拡大、新生活・季節商材の導入、家具・家電・生活雑貨の販売が好調

- 売上高: 7,277百万円(前年同期比 5.4%増)
- セグメント利益: 125百万円(前年同期比 15.5%減)
- USP(Unique Stores Platform)事業の拡大（※2）
- 利益率の高いD2C商品の販売拡大に伴い粗利率が向上
- 子会社カンナートにおいて、AIの普及により大型案件の受注額が大きく落ち込んだ影響でセグメント利益は減益

**商品企画関連
事業**

中国子会社におけるアパレル事業販売の急拡大、機能性繊維を活用した寝装品の受注堅調に加え、ベトナム子会社の受注及び納品が好調に推移し、大幅な増収を牽引。

- 売上高: 2,447百万円(前年同期比 74.0%増)
- セグメント利益: 171百万円(前年同期比 120.4%増)
- 中国子会社におけるアパレル事業販売の急拡大、機能性繊維を活用した寝装品の受注堅調
- ベトナム子会社の受注及び納品が好調に推移

※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

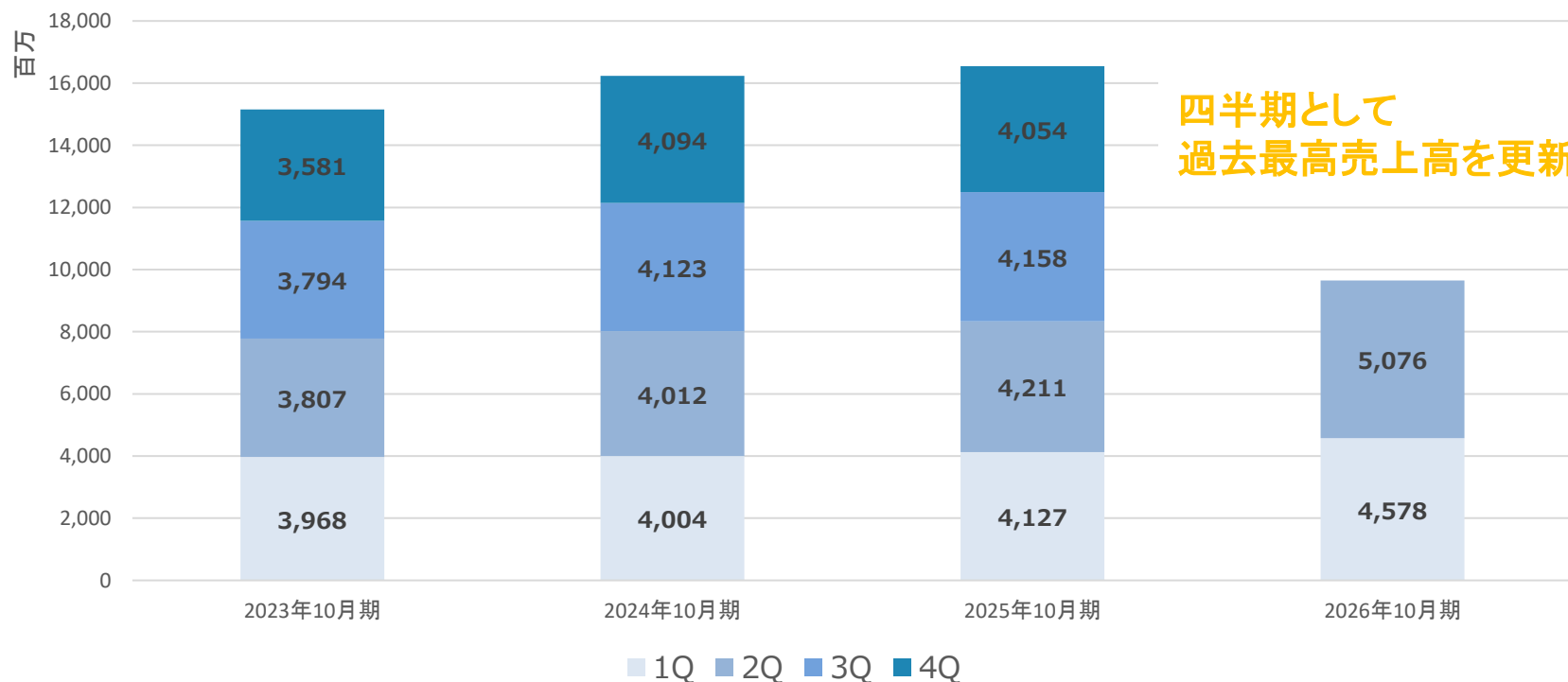
※2 USP事業 = 新規事業として、既存のECモールでは実現しにくい特色ある自社ECサイトを多数構築し、それらを有機的に結合させることにより、自社ECサイト群を基礎としたプラットフォーム事業（名称：「Unique Stores Platform 事業」）

ECマーケティング事業では利益率の高いD2C商品の販売が堅調に推移し、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おけるアパレル事業販売の急拡大や機能性繊維関連商品の受注堅調に加え、ベトナム子会社の好調により大幅な増収となった。利益面ではECマーケティング事業が子会社におけるAI普及による大型案件受注減の影響で減益となったものの、商品企画関連事業の大幅な増益が牽引し、連結での営業利益は**大幅な増益**となった。また前年同期に為替差益46百万円を営業外収益に計上していたため営業外収益は減少したものの、営業利益の増加により経常利益は増益となった。

(百万円)	2025年2Q	2026年2Q	前年同期 増加率	前回発表予想 達成率
売上高	8,339	9,655	+15.8%	51.9%
営業利益	79	153	+92.8%	61.3%
経常利益	127	146	+15.0%	61.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	121	119	-2.0%	66.2%

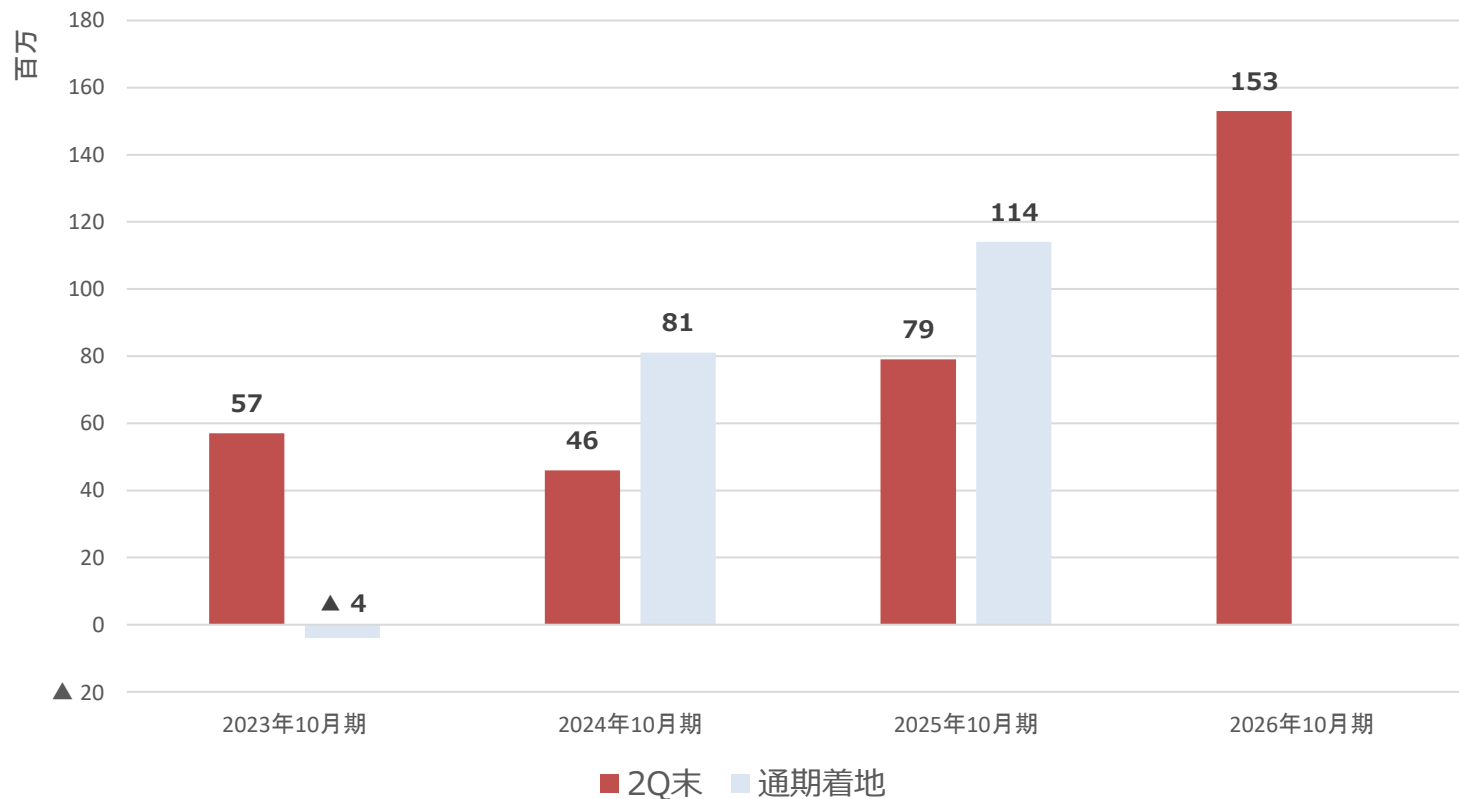
2026年10月期第2四半期（中間期）の売上高はECマーケティング事業においてD2C商品を拡大販売するとともに各種セールの実施や新生活アイテム・季節商材を継続的に導入したことにより、家具・家電・生活雑貨等の販売が好調に推移し前年同期比で5.4%増。商品企画関連事業は中国子会社におけるアパレル事業販売の急拡大およびベトナム子会社の受注及び納品が好調な水準であったこと等により、売上高は前年同期比74.0%の大幅増。結果として連結売上高は9,655百万円（前年同期比15.8%増）となった。

売上高(連結)

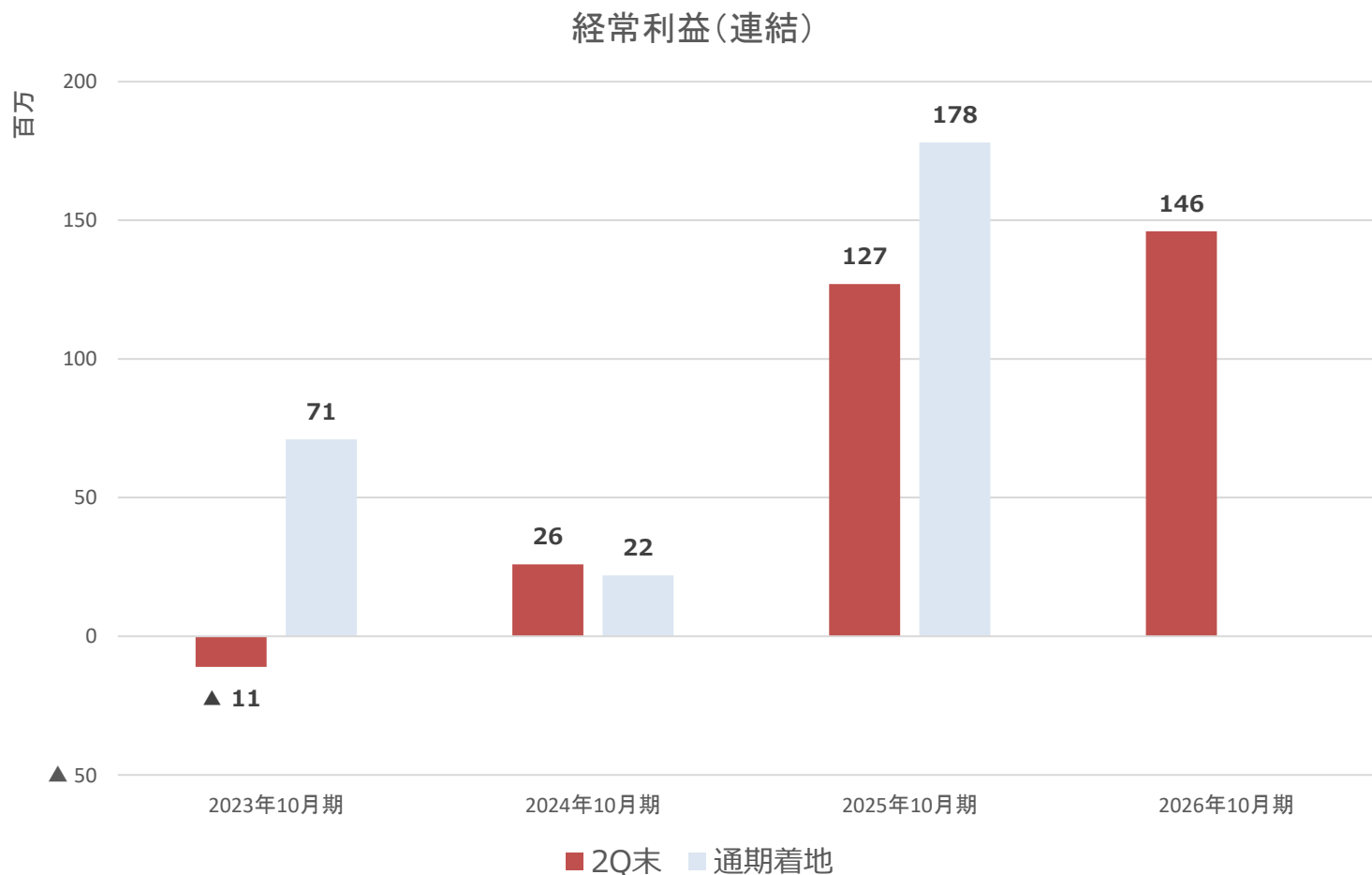


営業利益は、ECマーケティング事業では利益率の高いD2C商品の販売拡大に伴い粗利率が向上したものの、株式会社カンナート社においてAIの普及により大型案件の受注額が落ち込み減益。一方、商品企画関連事業は中国子会社におけるアパレル事業販売の急拡大等により大幅な増益。結果として連結グループ全体の営業利益は153百万円となり前年同期比92.8%増と大幅な増益。

営業利益(連結)

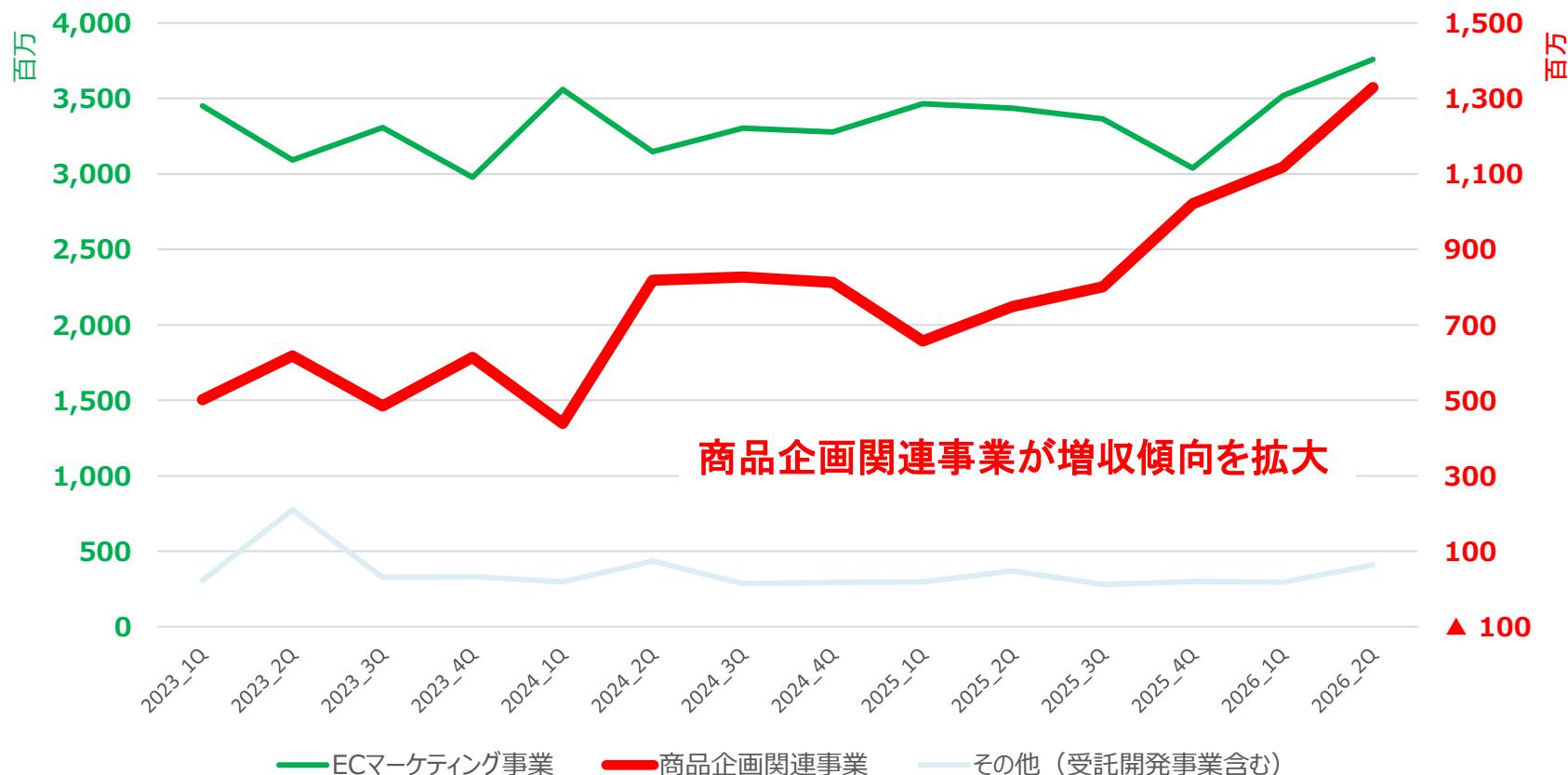


経常利益は、前中間連結会計期間において、為替変動リスクの低減を主目的とした貸付金の株式化（デット・エクイティ・スワップ）等に伴う為替差益46百万円を営業外収益に計上していたため、営業外収益は前年同期比で減少したものの、営業利益の大幅な増益が寄与し、146百万円（前年同期比15.0%増）と増益で着地。



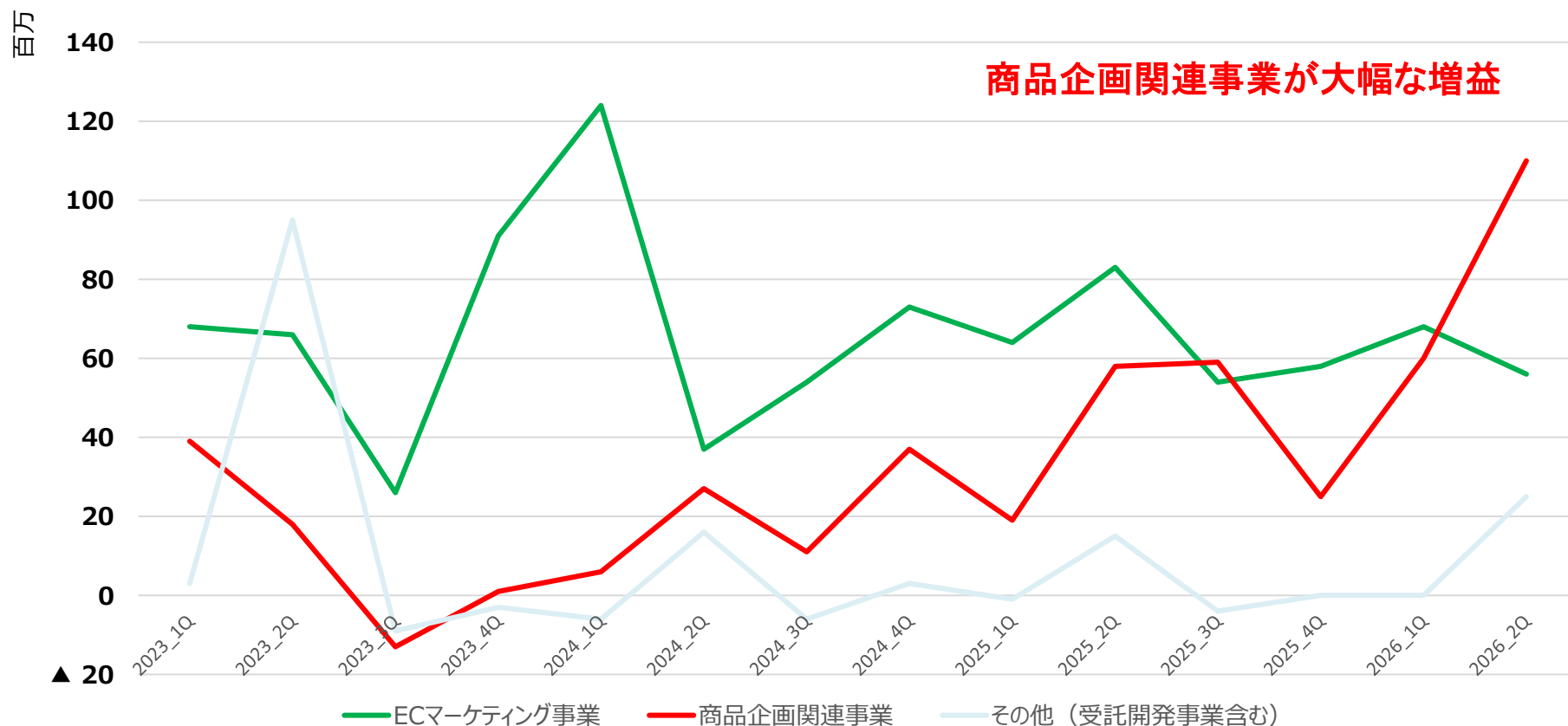
ECマーケティング事業では家具・家電・生活雑貨に加え、D2C商品の販売拡大や各種セールの実施、新生活アイテム・季節商材の投入等により好調に推移し、前年同期比で増収。セグメント売上高：3,759百万円（前年同期比 9.4%増）。

商品企画関連事業では、中国子会社におけるアパレル事業販売の急拡大や機能性繊維関連商品の受注堅調に加え、ベトナム子会社の受注及び納品が好調に推移したことにより大幅な増収。セグメント売上高は1,329百万円（前年同期比 77.5%増）



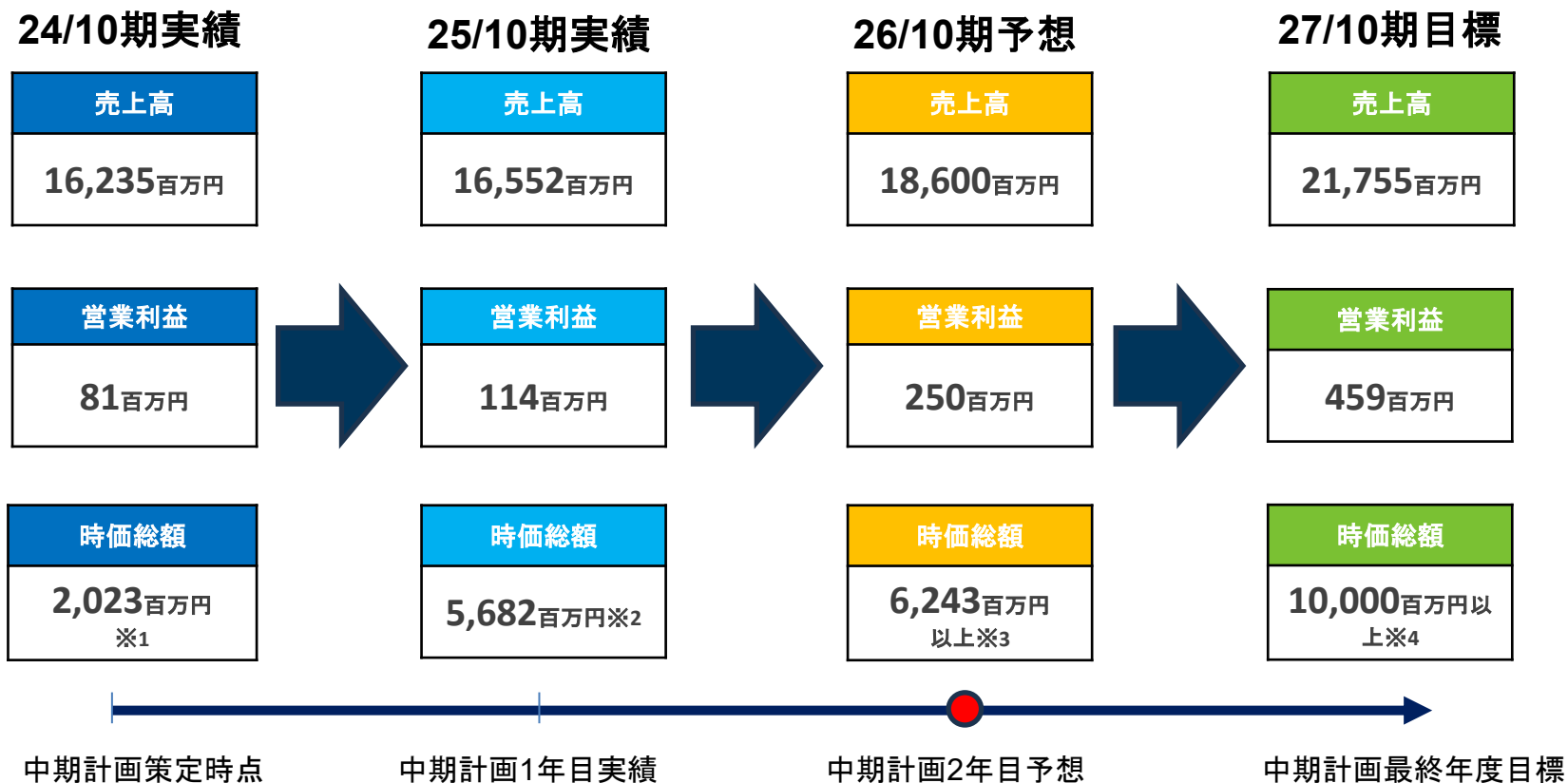
ECマーケティング事業：D2C商品の販売拡大に伴い粗利率が向上したものの、AIの普及により大型案件の受注額が大きく落ち込んだ影響で減益。セグメント利益は56百万円（前年同期比 32.8%減）。

商品企画関連事業：中国子会社におけるアパレル事業販売の急拡大等により大幅な増益。セグメント利益は110百万円（前年同期比 90.4%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、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。26/10期中間期も年度計画に対して**営業利益は進捗率61.2%**で順調に進捗中。



※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。

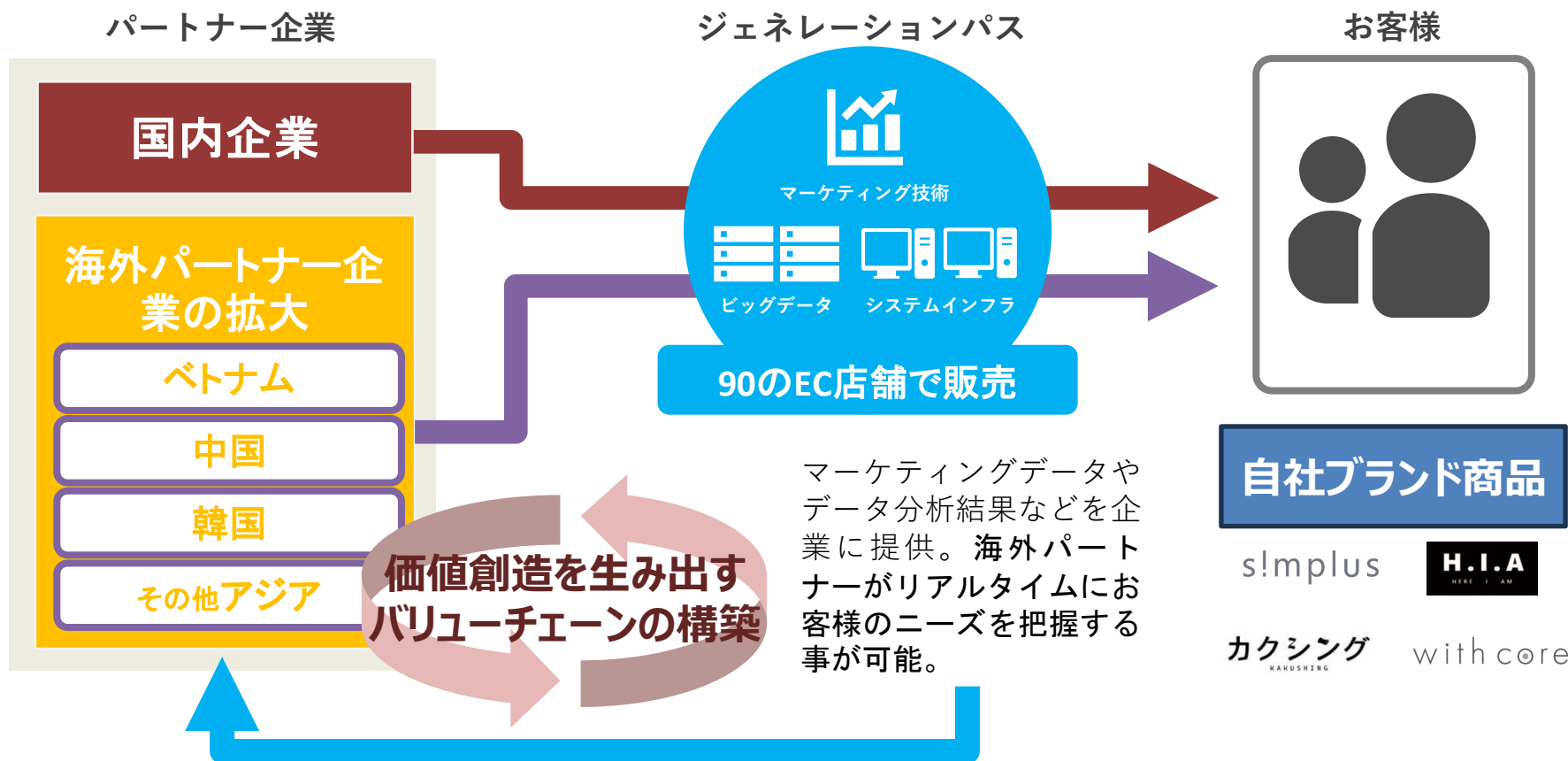


当社の成長戦略

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)

国内企業が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)

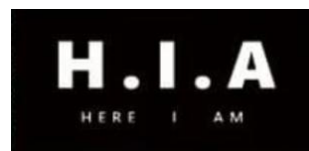
ECマーケティング事業で収集したビッグデータを基に分析、商品ラインナップの企画、開発を行う。家電分野では当社オリジナルブランド「s!mplus」(シンプラス)を展開。2026年4月に累計販売数が73万台を突破。当連結会計年度にも、巻いて収納できるフードウォーマー、1ドア冷蔵庫対応キッチンラック「VOID STACK series Kitchen Rack」、インテリアにおいても実用新案採用のオリジナルブランド「HIA」をリリースし、1台でデスクにも食卓にも対応するアイデア天然木テーブルなどを発売。これまで家電中心であったD2C商品に続いてソファ、テーブル、ダイニングセットなどの家具やペット関連のD2C商品を拡充している。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「コアヤーン糸」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



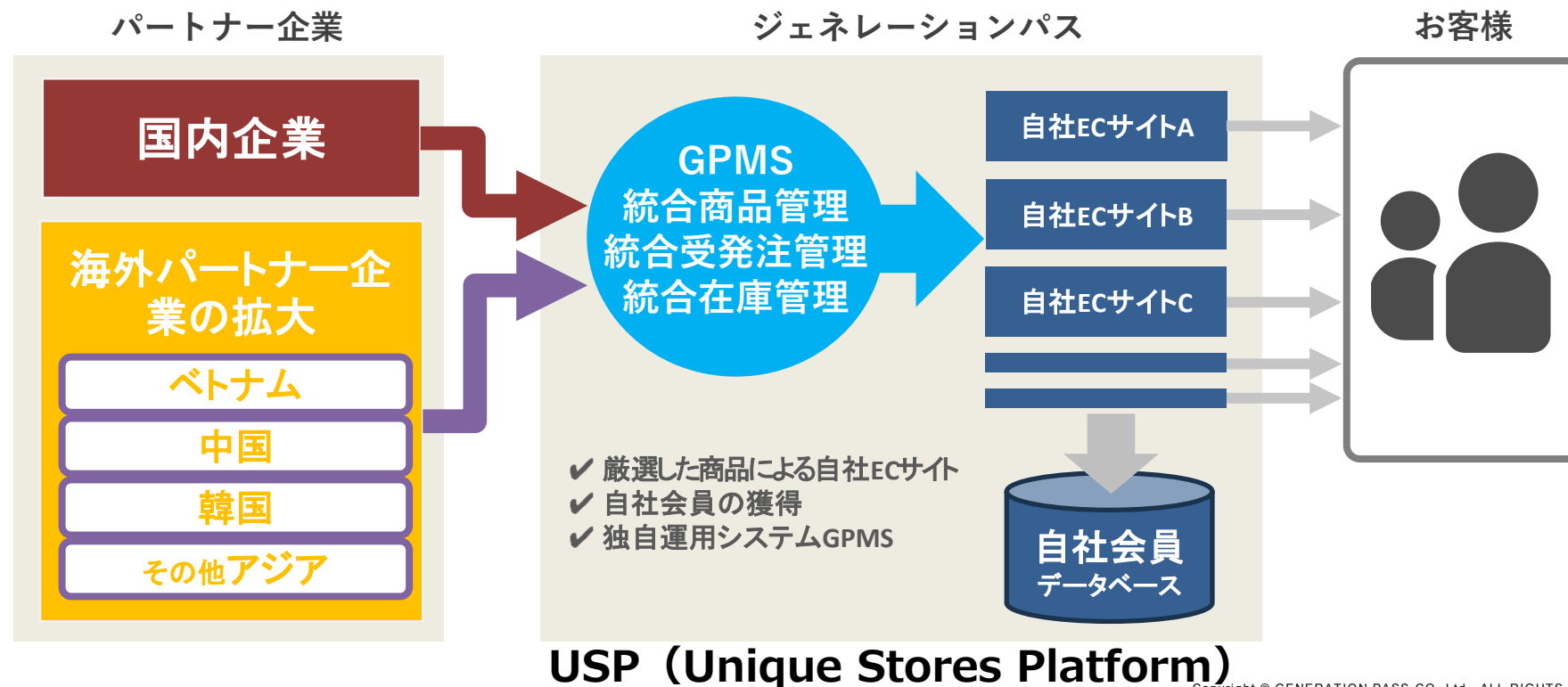
with core

カクシング
KAKUSHING

ECマーケティング事業

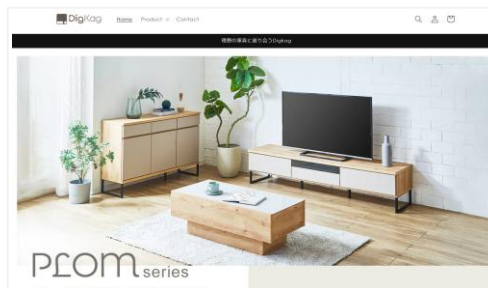
自社ECサイト群： USP (Unique Stores Platform) 事業の推進

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事業として2024年4月にスタート。現在は自社で10店舗の店舗運営を行い、売上高はゼロベースからスタートし、年商4億円程度までに拡大。各店舗、各商品の販売、傾向分析を行いながら、新規出店を含めて更に売上を拡大していく。



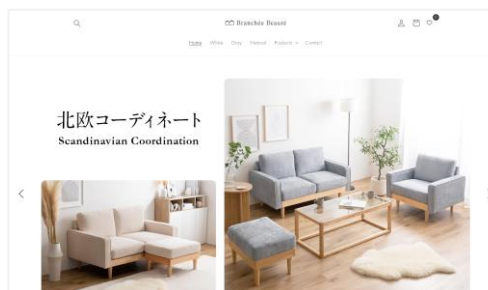
DigKag (ディグカグ)

【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・ポージェ)

【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



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



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



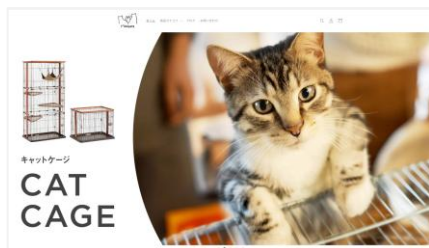
Babynug (ベビナグ)

【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



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ベストな贈り物を選べるギフトを販売



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



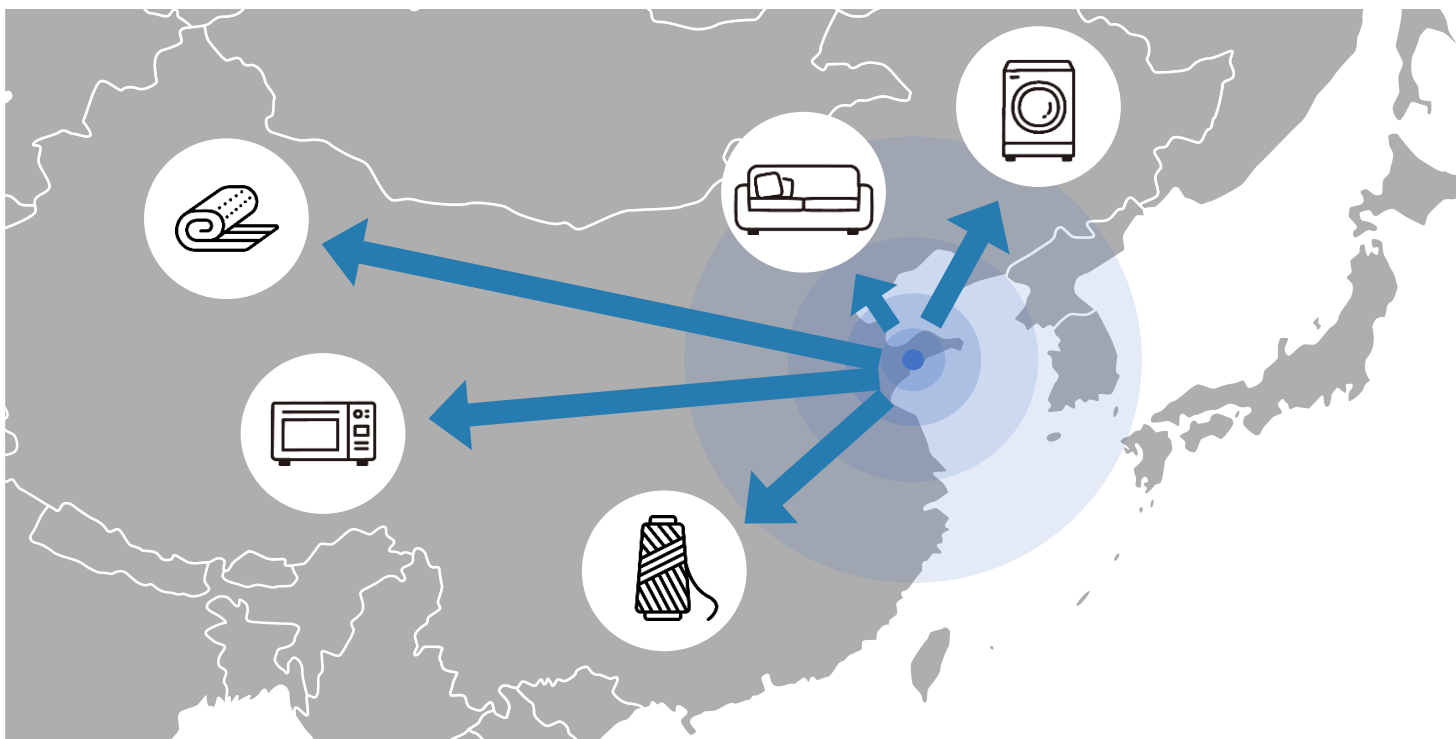
GraSUS (グレイサス)

【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、日本で販売を行う約250万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。

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、2026年10月期で中国と日本の架け橋になる事業のテスト展開を開始。



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 —

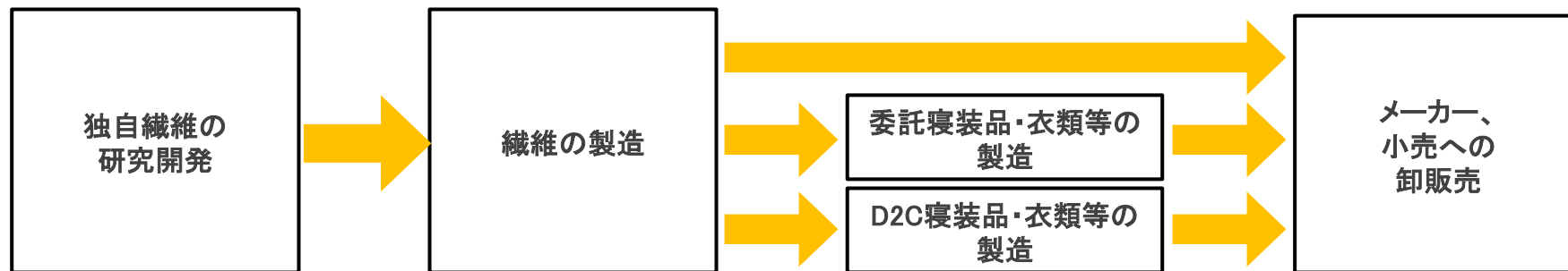
DEOCIL
デオシール

瞬間即効消臭機能
PHコントロールの弱酸性



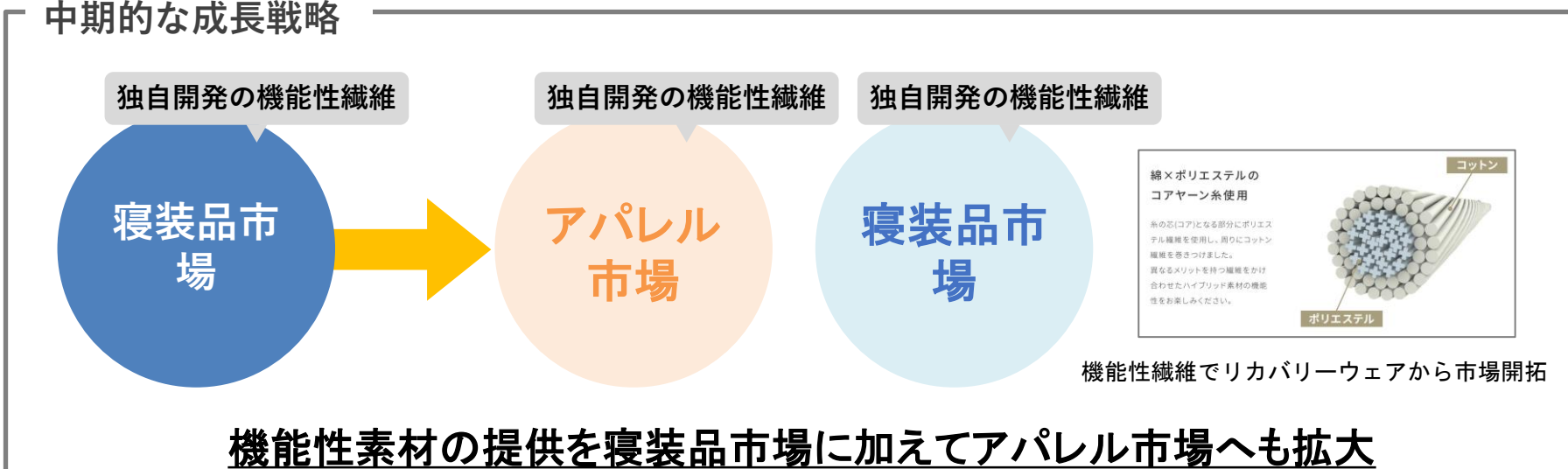
商品企画関連事業 — 機能性繊維研究開発製造事業

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

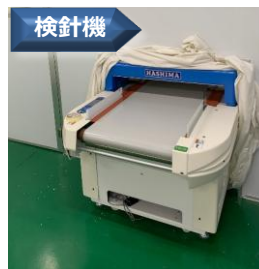
中期的な成長戦略



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。

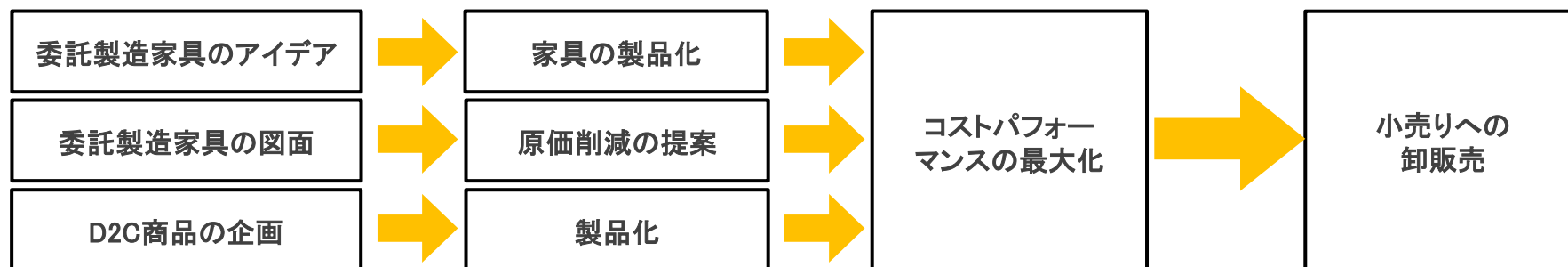


*SMETA(Sedex Members Ethical Trade Audit)とは、Sedex会員企業や監査会社から構成されるSedexステークホルダーフォーラムが、社会・環境に関する監査のベストプラクティスを集約して開発した監査スキームのこと。国際的に認識があり広く受け入れられている監査手法のひとつ。



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

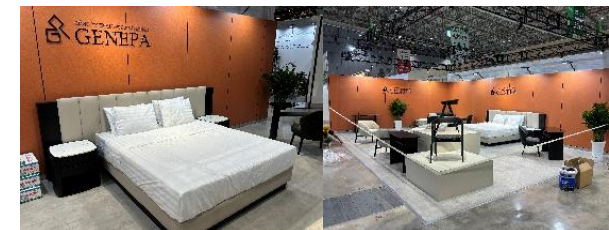
中期的な成長戦略



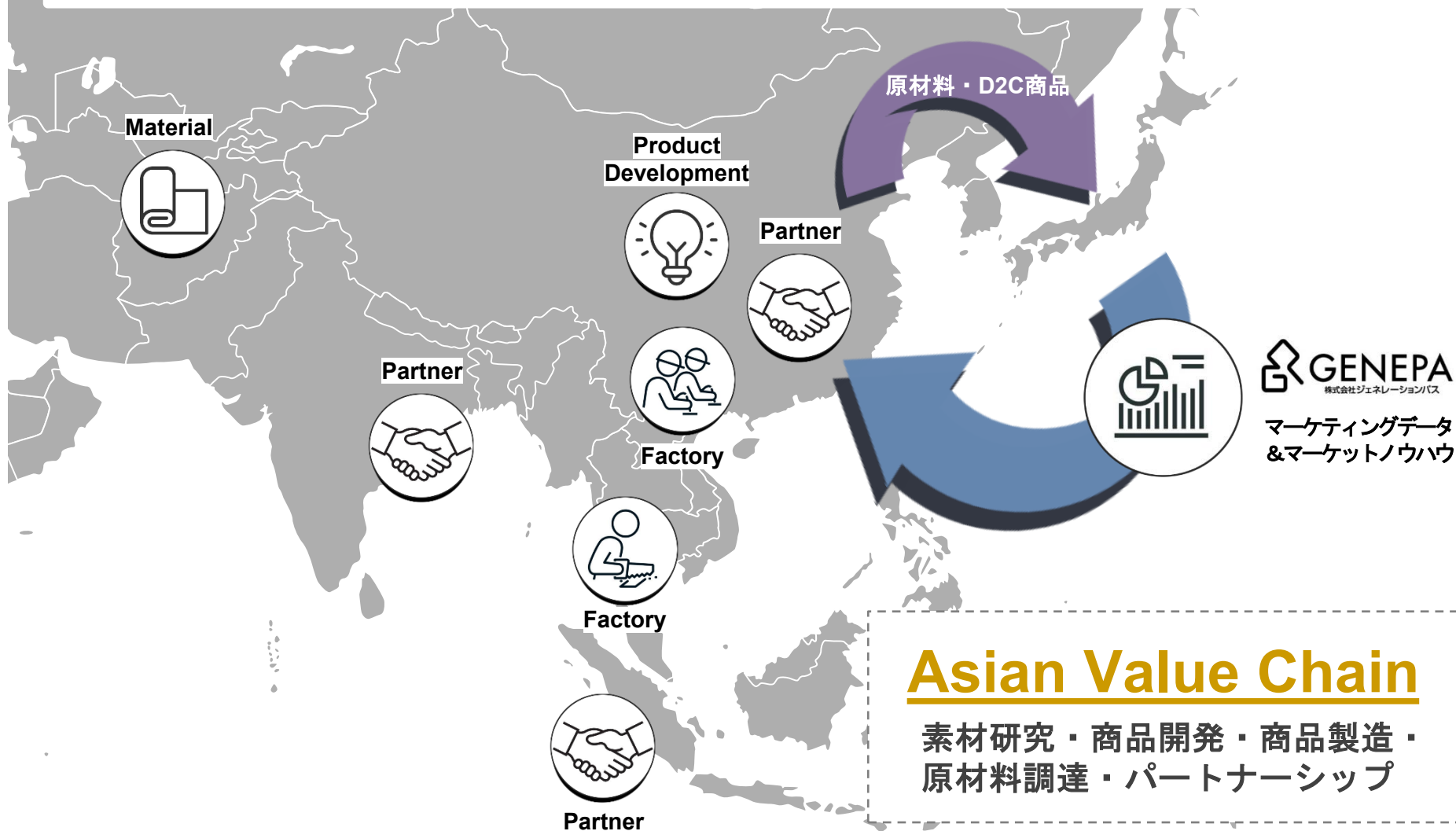
日本市場向けの商品から世界の市場に向けた商品を開発

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)



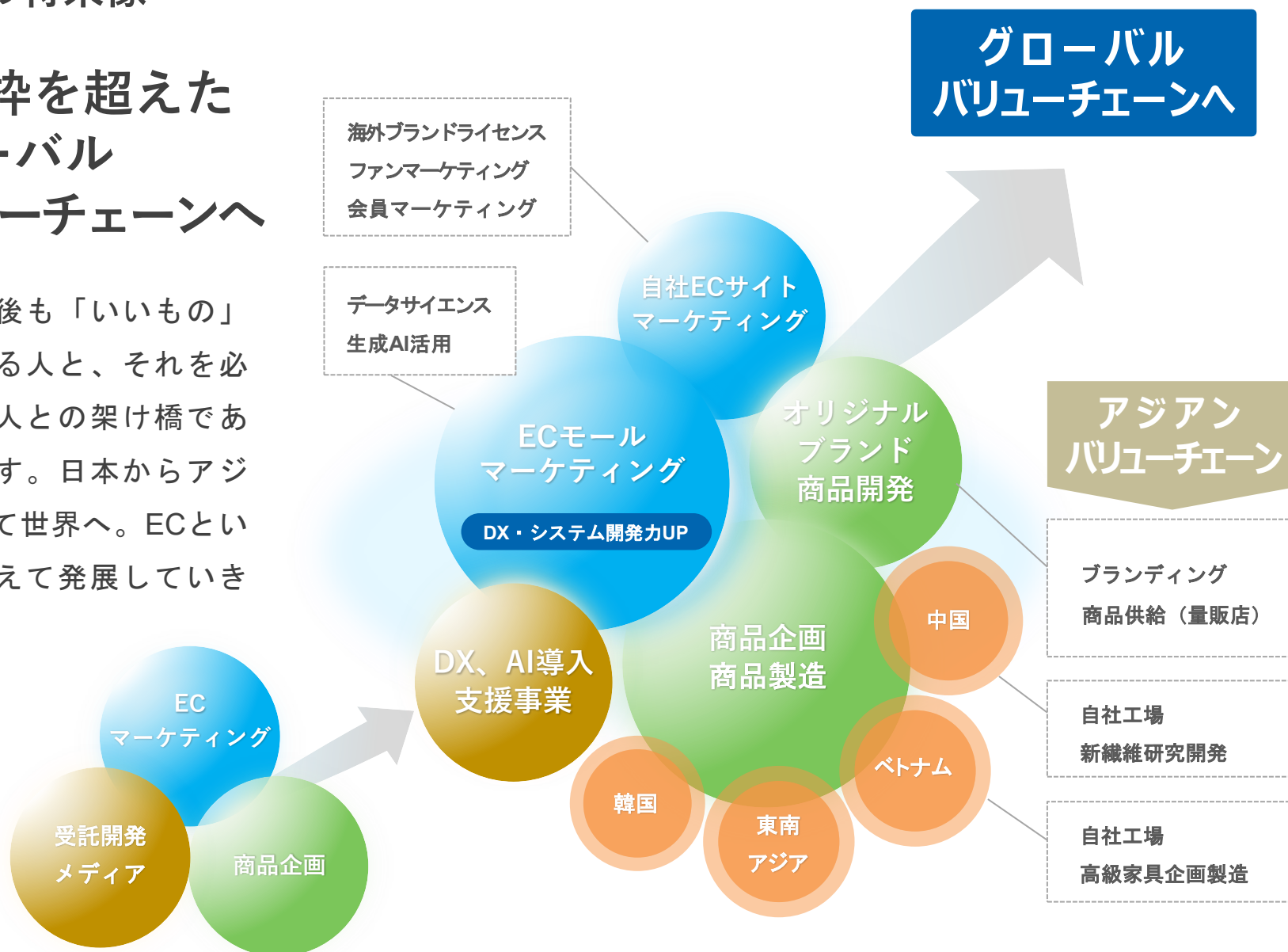
ECで蓄えたマーケティングデータをアジアに循環させる事で顧客が望む商品開発や原材料の調達などアジア圏を跨ぐアジアンバリューチェーンを構築する。



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。