



2026年10月期第 3 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 9 月14日

TOPICS

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07月30日開示

連結子会社及び完全孫会社の吸収合併（いずれも簡易合併・略式合併）、当社子会社事業の再構築並びに特別損失の計上に関するお知らせ

2026年09月01日開示

**吸収合併に関する事後開示書類
連結子会社である株式会社トリプルダブル及び株式会社フォージの吸収合併の実施（効力発生）に関するお知らせ**

1. スタンダード市場への移行

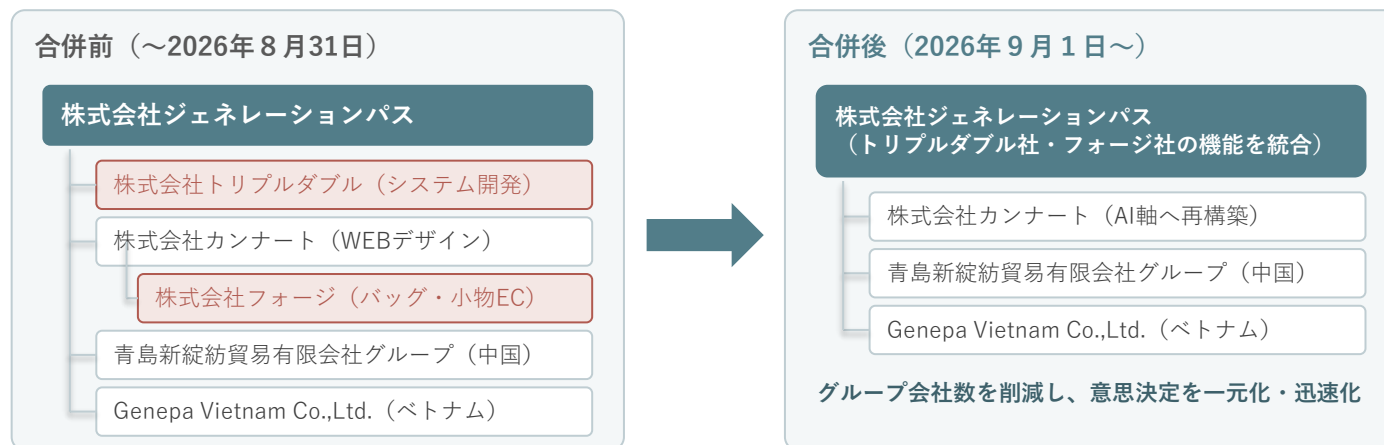
2026年5月、東京証券取引所グロース市場からスタンダード市場へ市場区分を移行。経営基盤の強化と資本市場における信頼性向上を図る。

- ・2026年4月15日に市場区分変更を申請し、2026年5月18日に東京証券取引所より承認。2026年5月25日付でスタンダード市場へ市場区分を変更（コード番号3195は変更なし）。
- ・移行の理由：①事業基盤の確立と次の成長ステージへの移行 ②新規成長領域への投資に向けた資金調達力の強化 ③企業信頼性の向上による事業成長の加速
- ・スタンダード市場が求めるガバナンス水準・情報開示体制を整備。本移行は「安定」ではなく「成長加速」のための選択
- ・2026年10月期業績への直接的な影響は軽微。移行を契機に中長期的な業績拡大を目指す

2. 組織再編及び事業再編

グループ組織を簡素化し経営資源を最適配分。トリプルダブル社・フォージ社を当社に吸収合併し、カンナート社はAIを軸とした事業へ再構築する。

- ・効力発生日：2026年9月1日／当社を存続会社とする吸収合併方式
- ・トリプルダブル社・フォージ社の機能を当社に集約し、意思決定の一元化・迅速化を実現
- ・カンナート社はWEBデザイン事業をAI軸の高付加価値サービスへ転換（特別損失49百万円を一時計上）



**2026年10月期
第3四半期業績**

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、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等アパレル向け事業の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となったものの、カンナート社の事業再編に伴う事業再編損の計上、及び繰延税金資産の取崩しに伴う法人税等調整額の計上等、一過性の要因により親会社株主に帰属する四半期純利益は減益。

- 売上高:15,852百万円(前年同期比 26.8%増)
- 営業利益:170百万円(前年同期比 59.2%増)
- 経常利益:144百万円(前年同期比 19.9%増)

**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:11,364百万円(前年同期比 10.7%増)
- セグメント利益:150百万円(前年同期比 25.7%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**

青島新綻紡貿易有限公司において、主としてリカバリーウェア等アパレル向け事業が急拡大したことに加え、機能性繊維を活用した商品の受注が堅調に推移したこと、及びベトナム子会社の受注及び納品が好調な水準で推移し、大幅な増収を牽引。

- 売上高:4,600百万円(前年同期比 108.3%増)
- セグメント利益:248百万円(前年同期比 81.0%増)
- リカバリーウェアの販売拡大や機能性繊維を活用した商品の受注堅調
- ベトナム子会社の受注及び納品が好調に推移

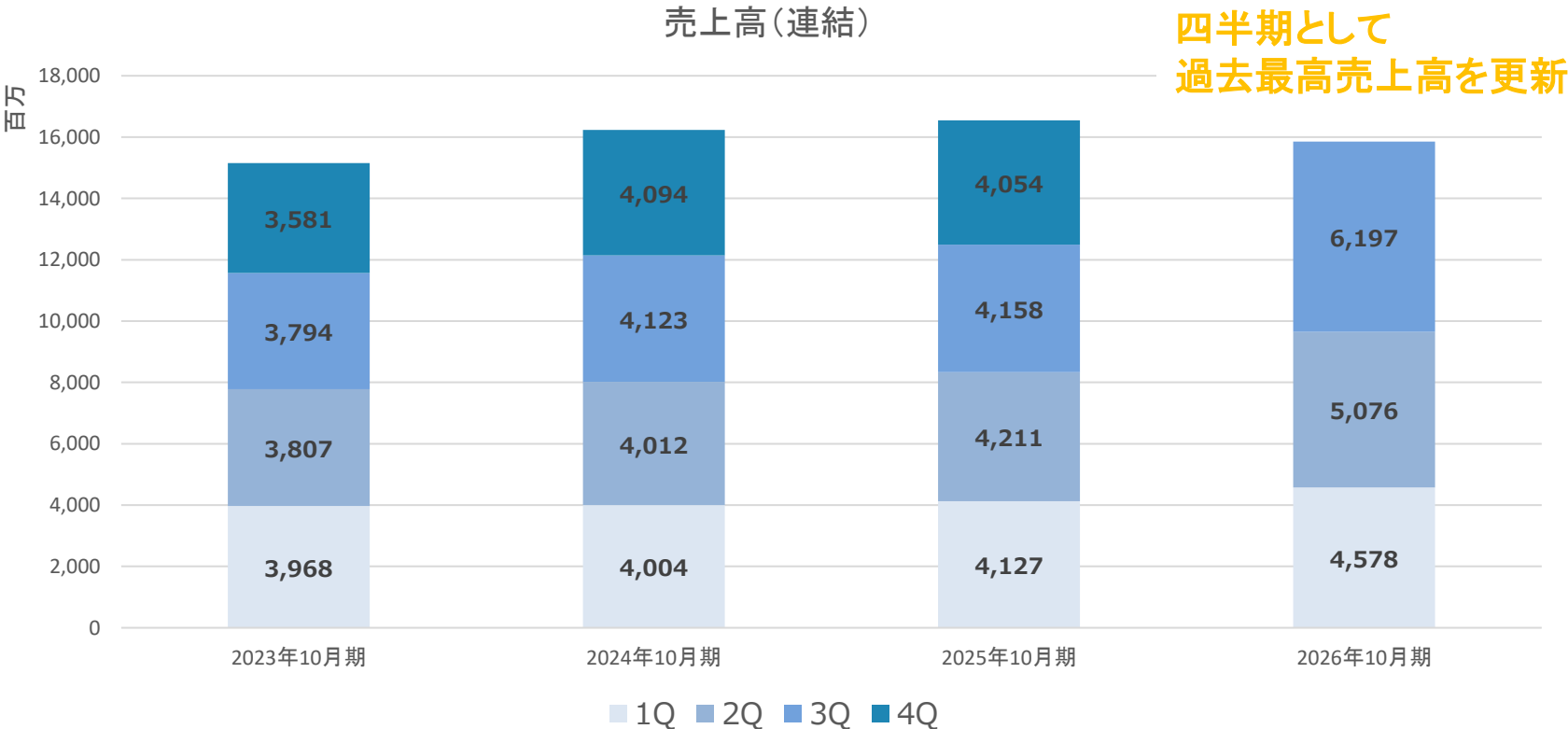
※1 D2C商品 = 工場やメーカーが商品を企画開発、製造して一般のお客様に直接販売する商品、もしくは、企業が商品を企画して工場に直接依頼して製造された商品と当社では定義

※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向け事業が急拡大したこと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収増益が牽引し、連結での営業利益は**大幅な増益**、経常利益も、為替差損31百万円及び支払利息18百万円等を吸収して増益を達成。親会社株主に帰属する四半期純利益については、事業再編損49百万円の計上及び繰延税金資産の取崩しに伴う法人税等調整額32百万円の計上等、一過性の要因により前年同期比で減益となった。

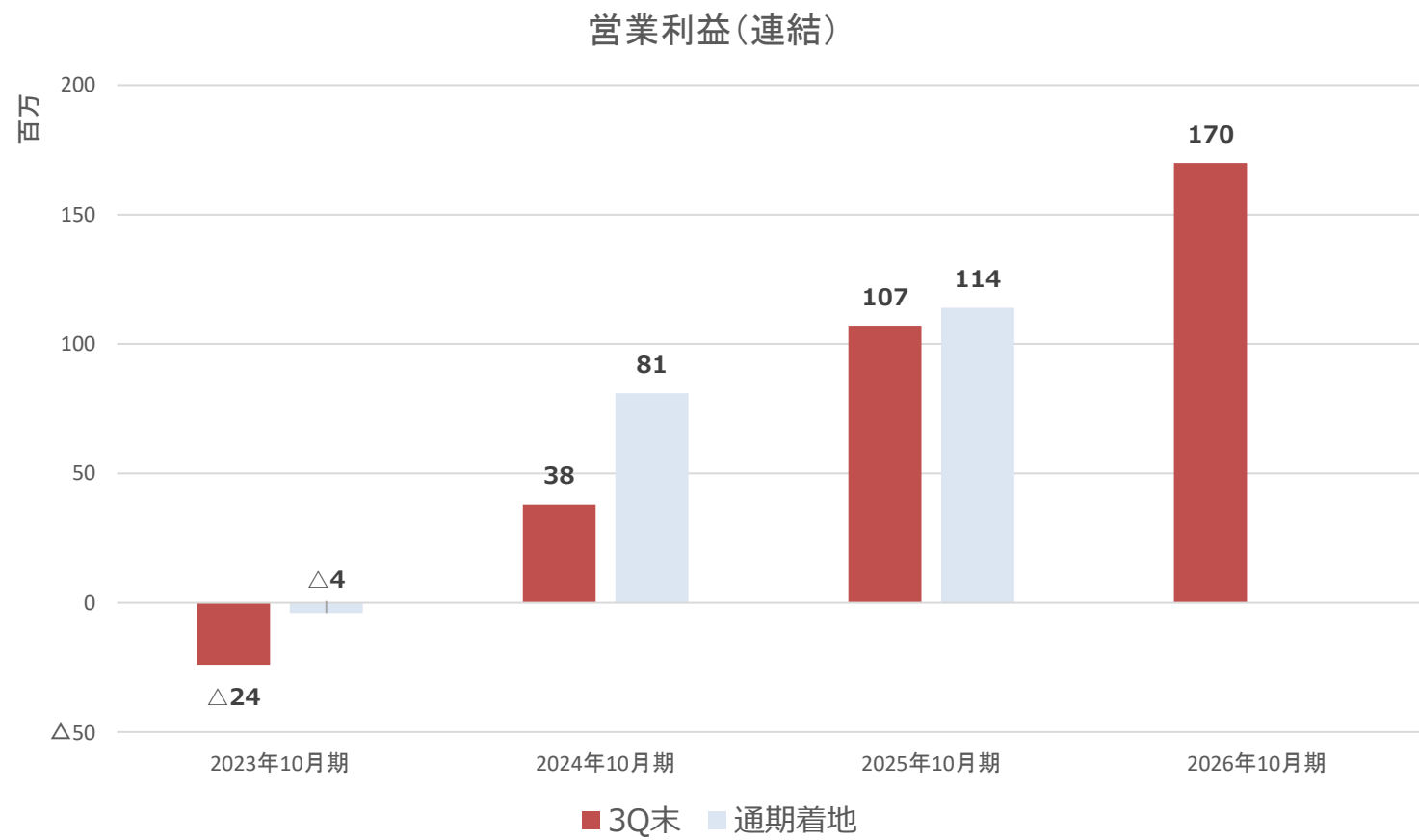
(単位：百万円)	2025年3Q	2026年3Q	前年同期 増減率	前回発表予想 達成率
売上高	12,497	15,852	26.8%	85.2%
営業利益	107	170	59.2%	68.4%
経常利益	120	144	19.9%	60.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	115	56	△51.5%	31.2%

2026年10月期第3四半期の売上高は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10.7%増。商品企画関連事業は中国子会社におけるリカバリーウェア等アパレル向け事業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108.3%の大幅増。結果として連結売上高は15,852百万円（前年同期比 **26.8%増**）となった。

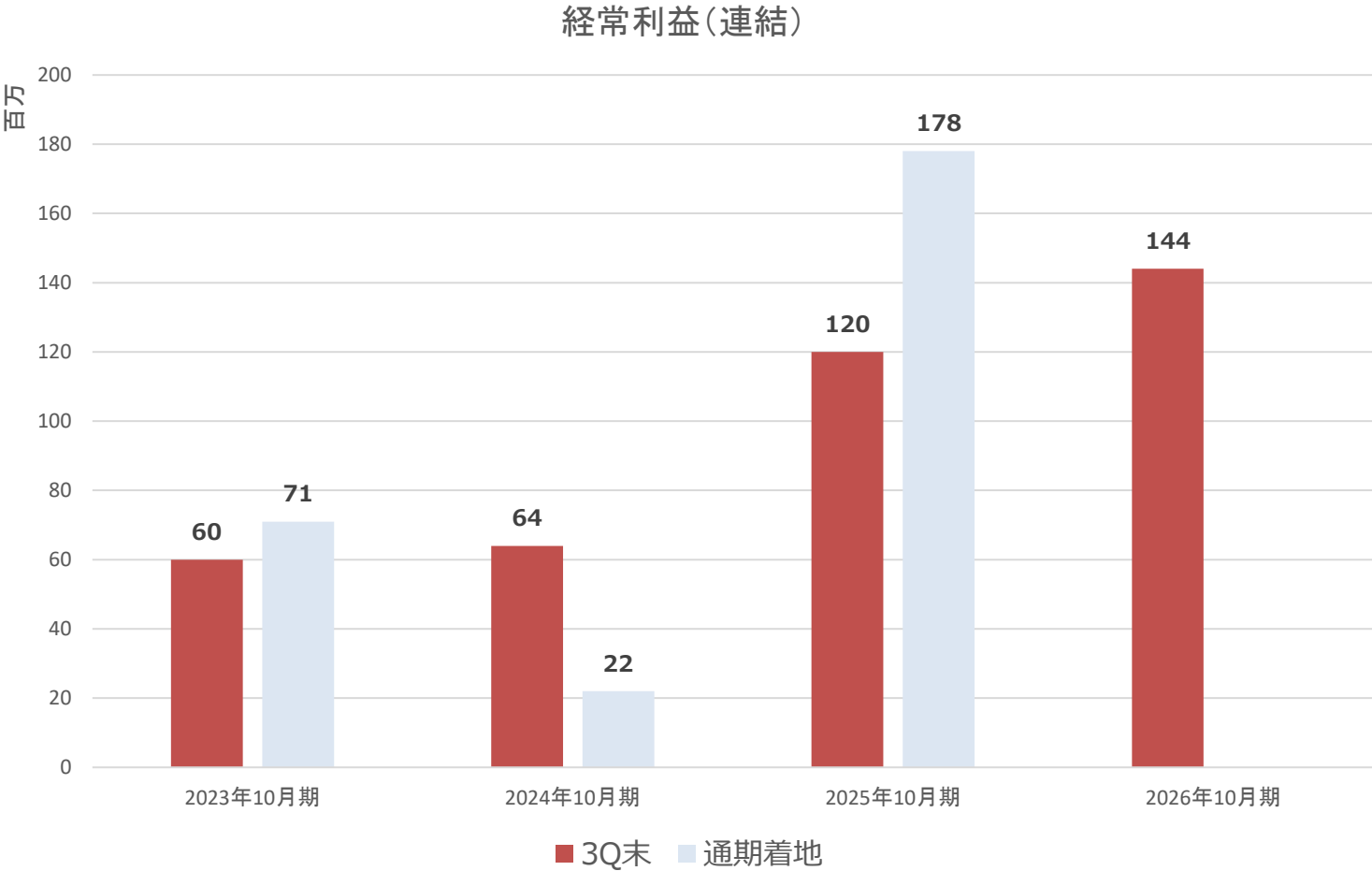


※各四半期会計期間の実績

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、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。
商品企画関連事業はアパレル向け事業の大幅増収に加え、木工製品関連のOEM受注についても好調に推移したことにより大幅な増益。結果として連結グループ全体の営業利益は170百万円となり前年同期比59.2%増を達成。

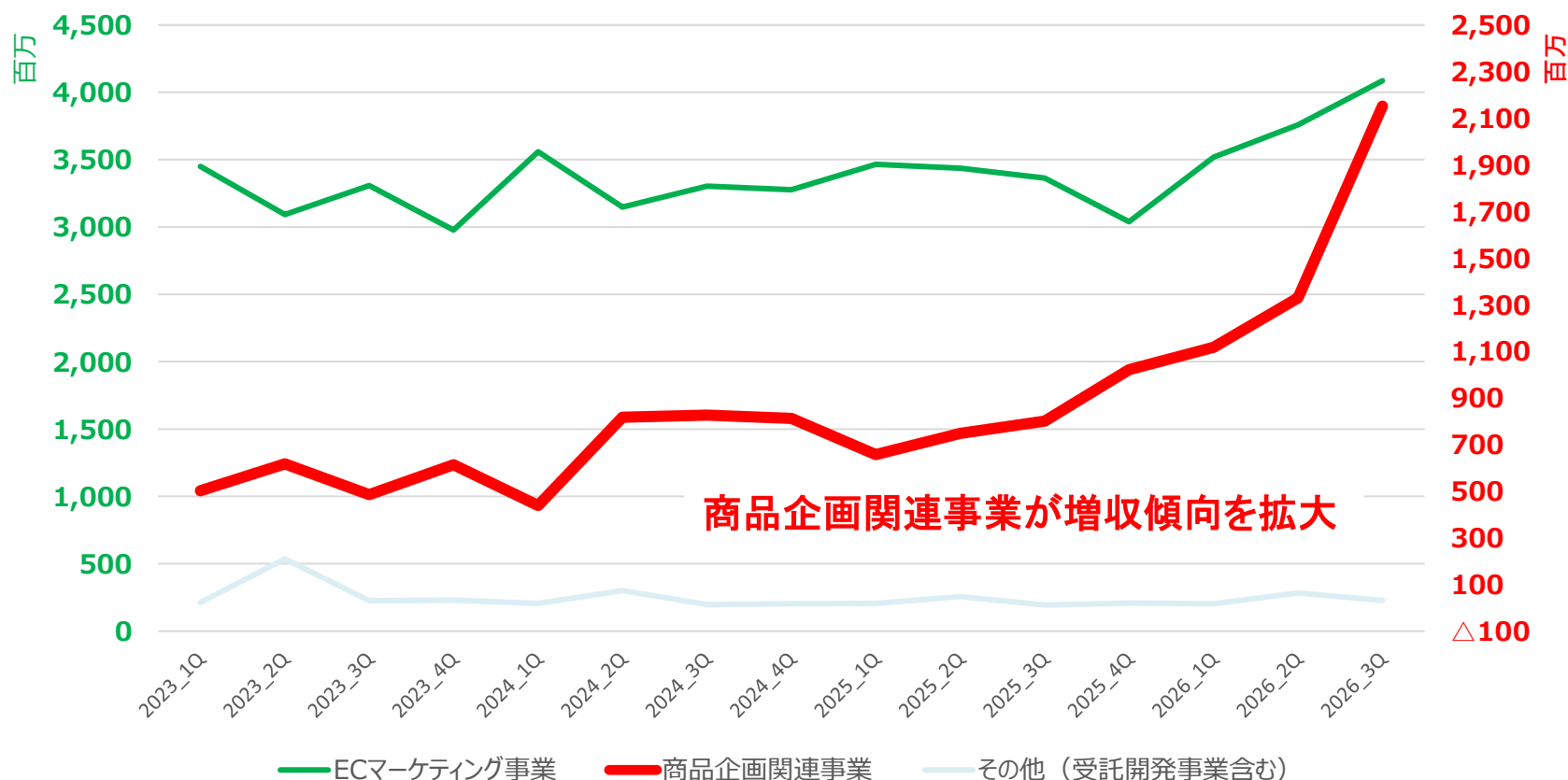


経常利益は、補助金収入の計上があった一方、為替相場の変動による為替差損31百万円及び支払利息18百万円等を営業外費用に計上したこと、営業外損益は前年同期比で減少したものの、営業利益の大幅な増益が寄与し、144百万円（前年同期比19.9%増）と増益で着地。



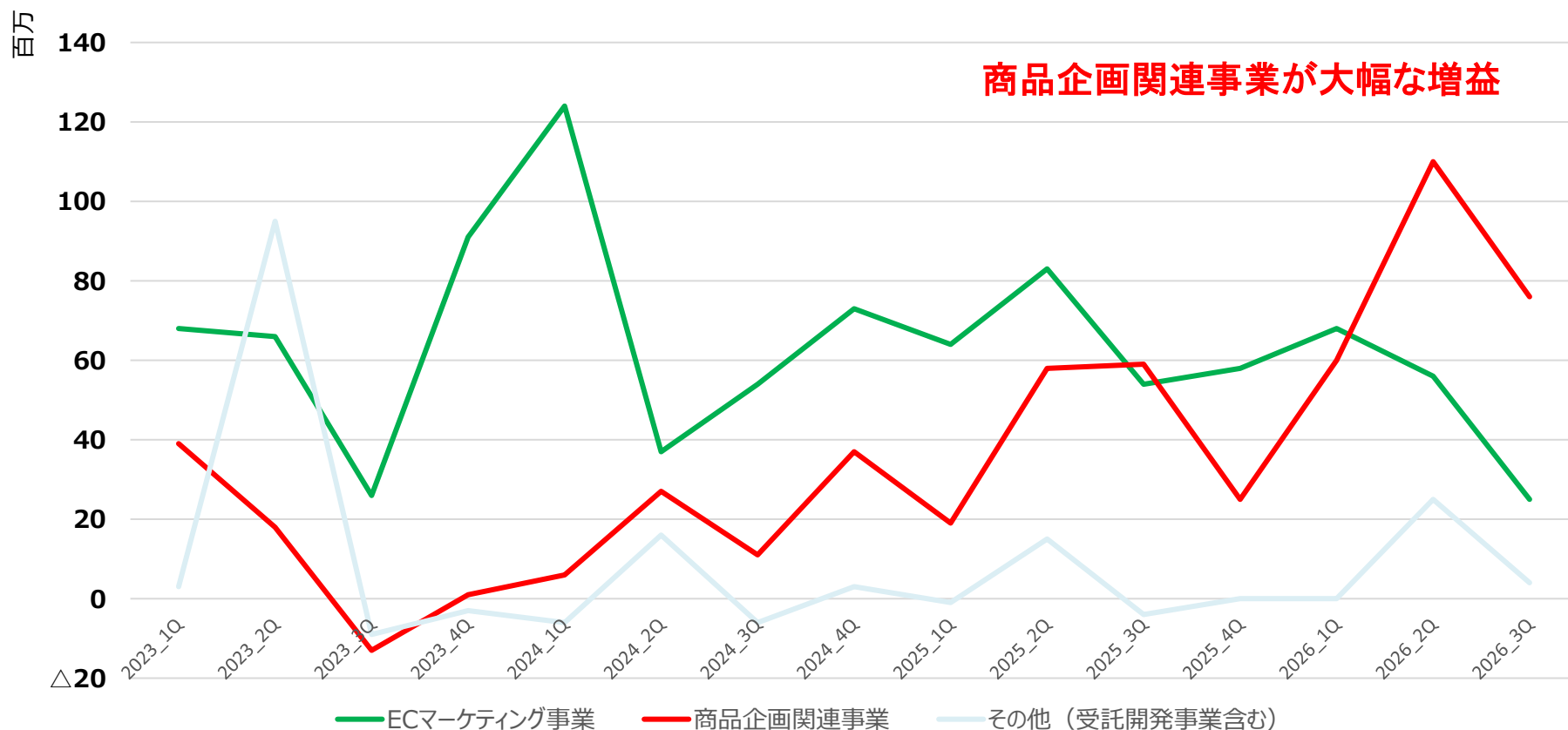
ECマーケティング事業では家具・家電・生活雑貨に加え、D2C商品の販売拡大や各種セールの実施、新生活アイテム・季節商材の投入等により好調に推移し、前年同期比で増収。第3四半期会計期間のセグメント売上高は4,086百万円（前年同期比21.5%増）。

商品企画関連事業では、リカバリーウェア等アパレル向け事業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。第3四半期会計期間のセグメント売上高は2,152百万円（前年同期比168.5%増）。



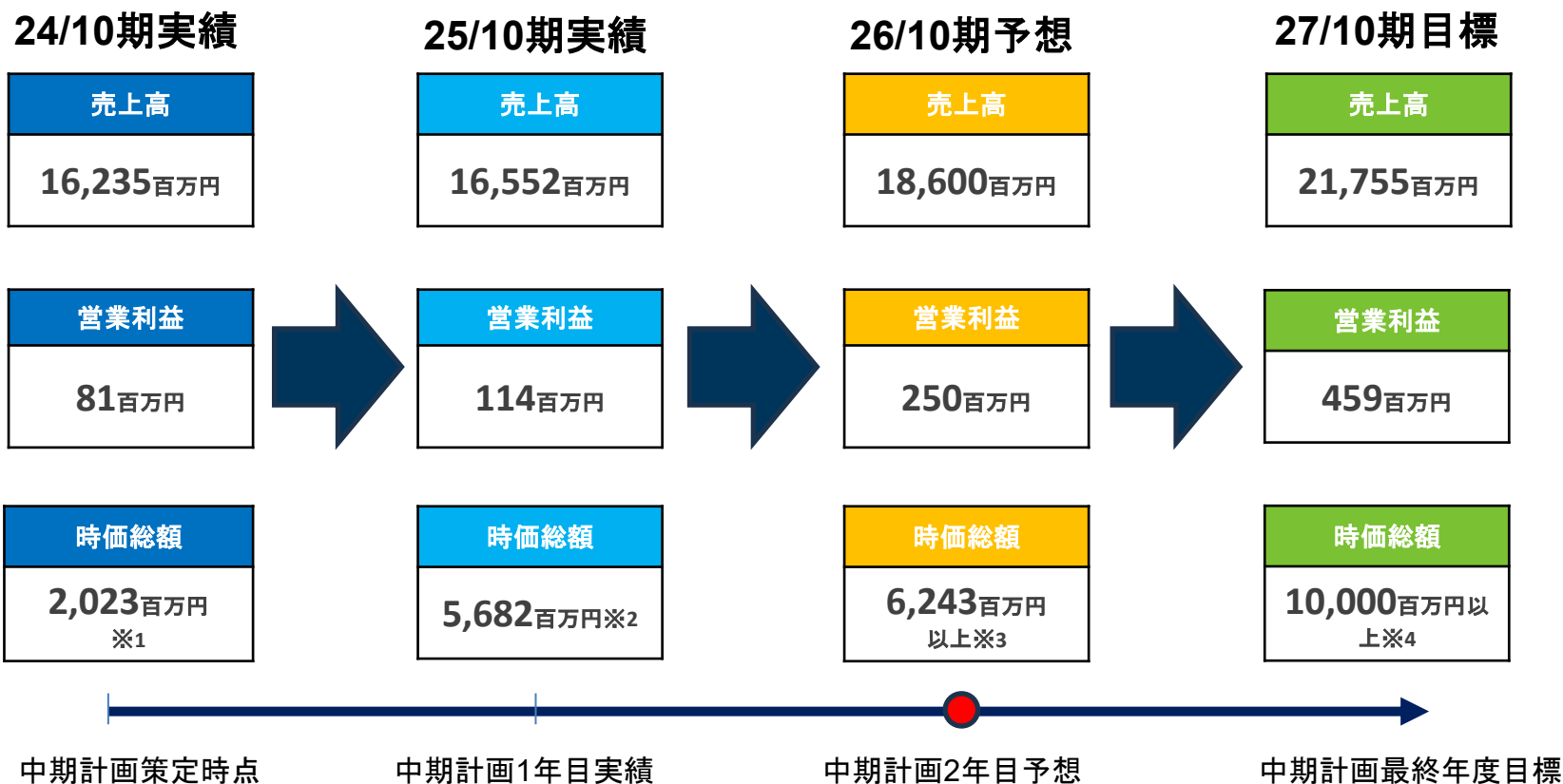
ECマーケティング事業：D2C商品の販売拡大に伴い粗利率が向上したものの、AIの普及により大型案件の受注額が大きく落ち込んだ影響で減益。第3四半期会計期間のセグメント利益は25百万円（前年同期比 53.6%減）。

商品企画関連事業：青島新綻紡貿易有限公司におけるリカバリーウェア及び機能性商品の販売拡大等により大幅な増益。第3四半期会計期間のセグメント利益は76百万円（前年同期比 29.3%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期第3四半期累計は年度計画に対して営業利益の進捗率は68.4%であるが、下半期の売上の伸び率は大きく、通期業績予想の達成に向けて引き続き各施策を推進。



※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。

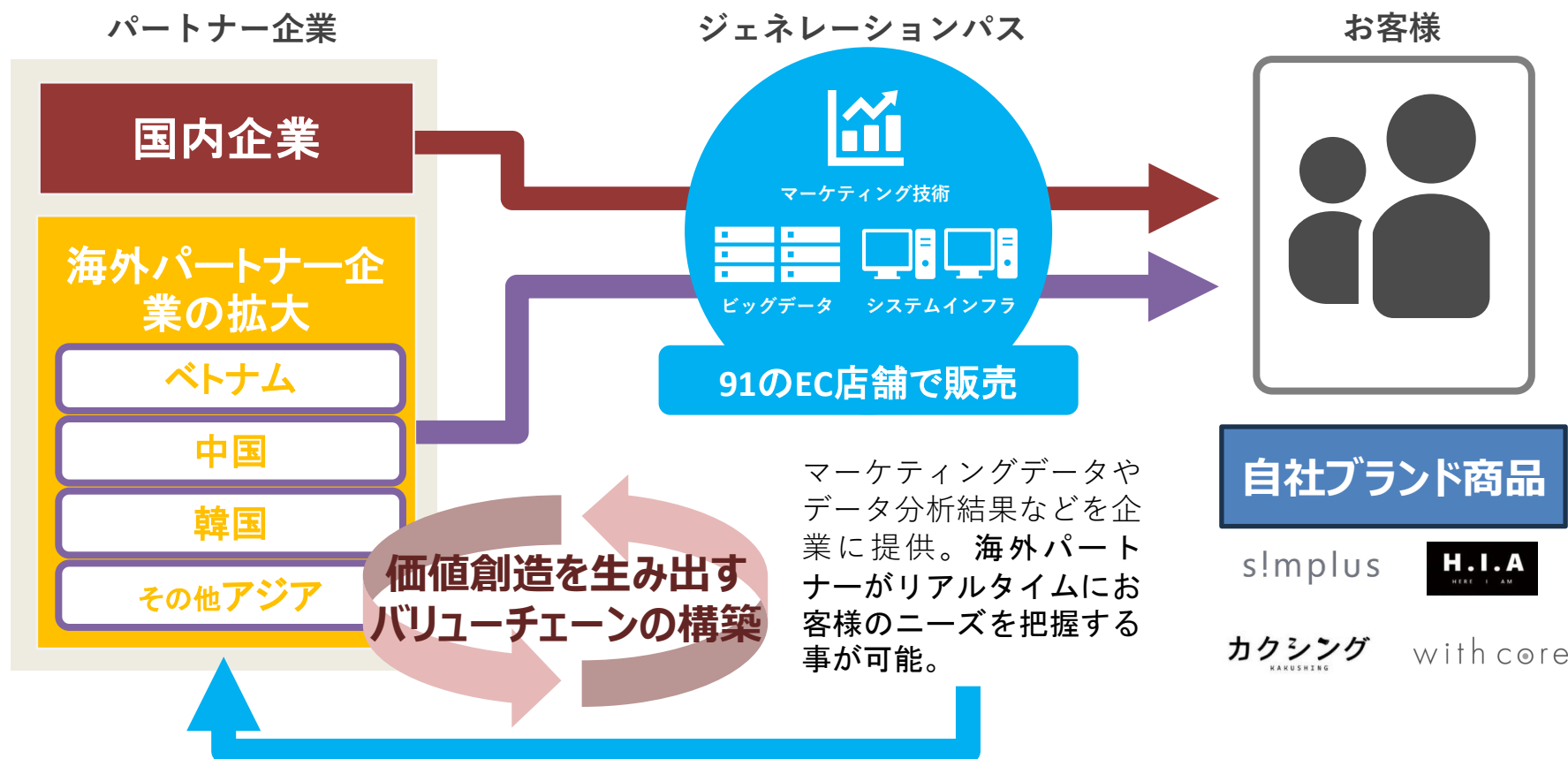


当社の成長戦略

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）

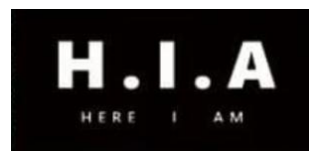
ECマーケティング事業で収集したビッグデータを基に分析、商品ラインナップの企画、開発を行う。家電分野では当社オリジナルブランド「s!mplus」（シンプラス）を展開。2026年7月に累計販売数が75万台を突破。当第3四半期（5月～7月）には、工事不要な「s!mplusスポットクーラー」、薄型軽量の「s!mplusモバイルモニター」をリリースしたほか、ペット対応のバイカラーコーナースファや、天板に掛けて使えるスツール「REX」など家具の新商品も発売。これまで家電中心であったD2C商品に続いてソファ、テーブル、ダイニングセットなどの家具やペット関連のD2C商品を拡充している。繊維分野では、中国子会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



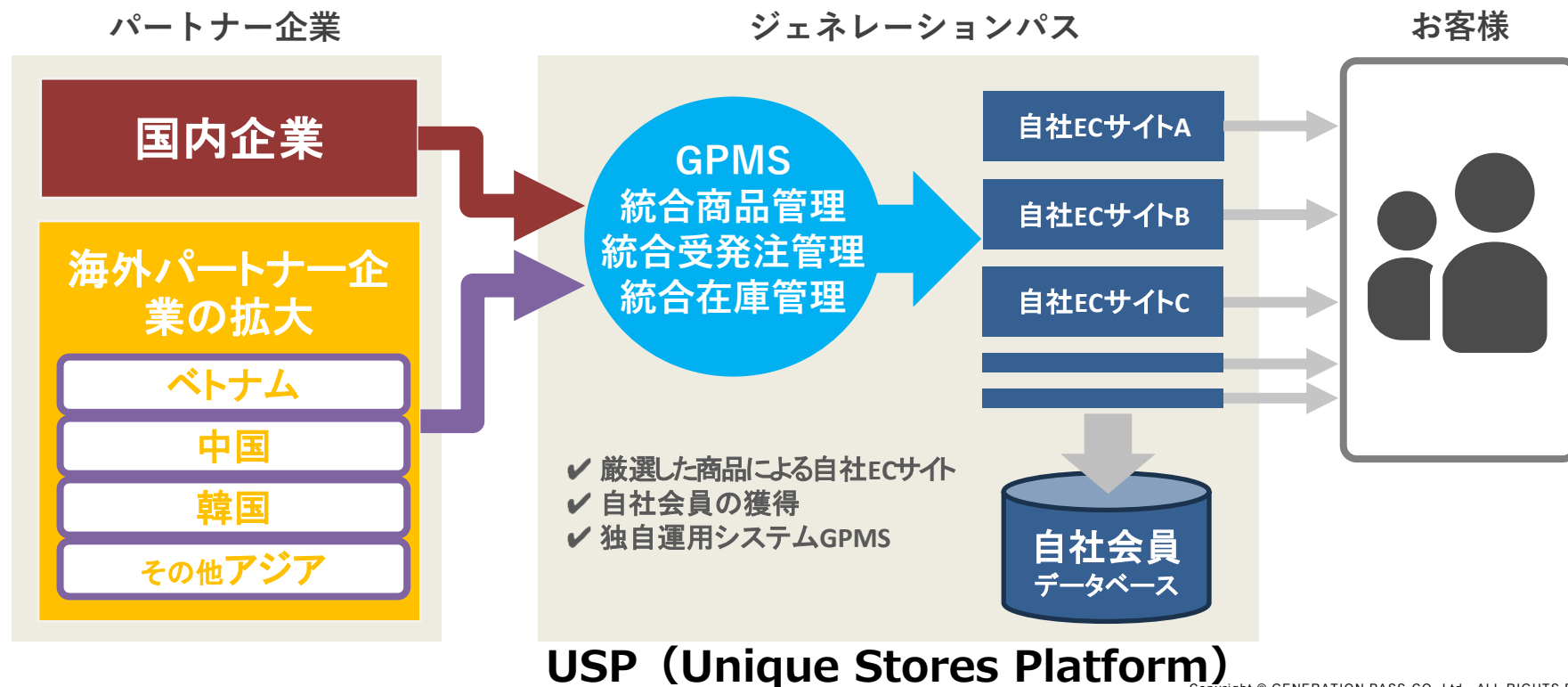
with core

カクシング
KAKUSHING

ECマーケティング事業

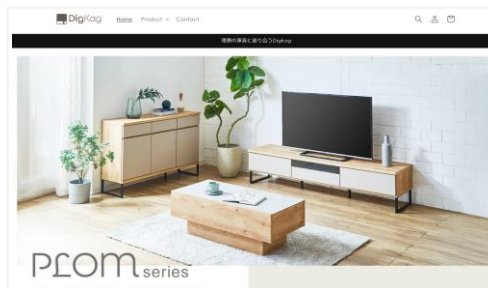
自社ECサイト群： USP（Unique Stores Platform）事業の推進

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。



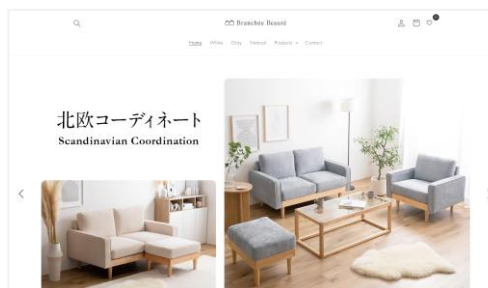
DigKag（ディグカグ）

【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・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



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



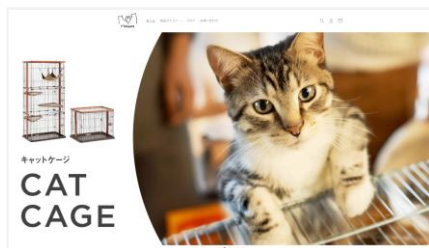
Babynug (ベビナグ)

【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が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



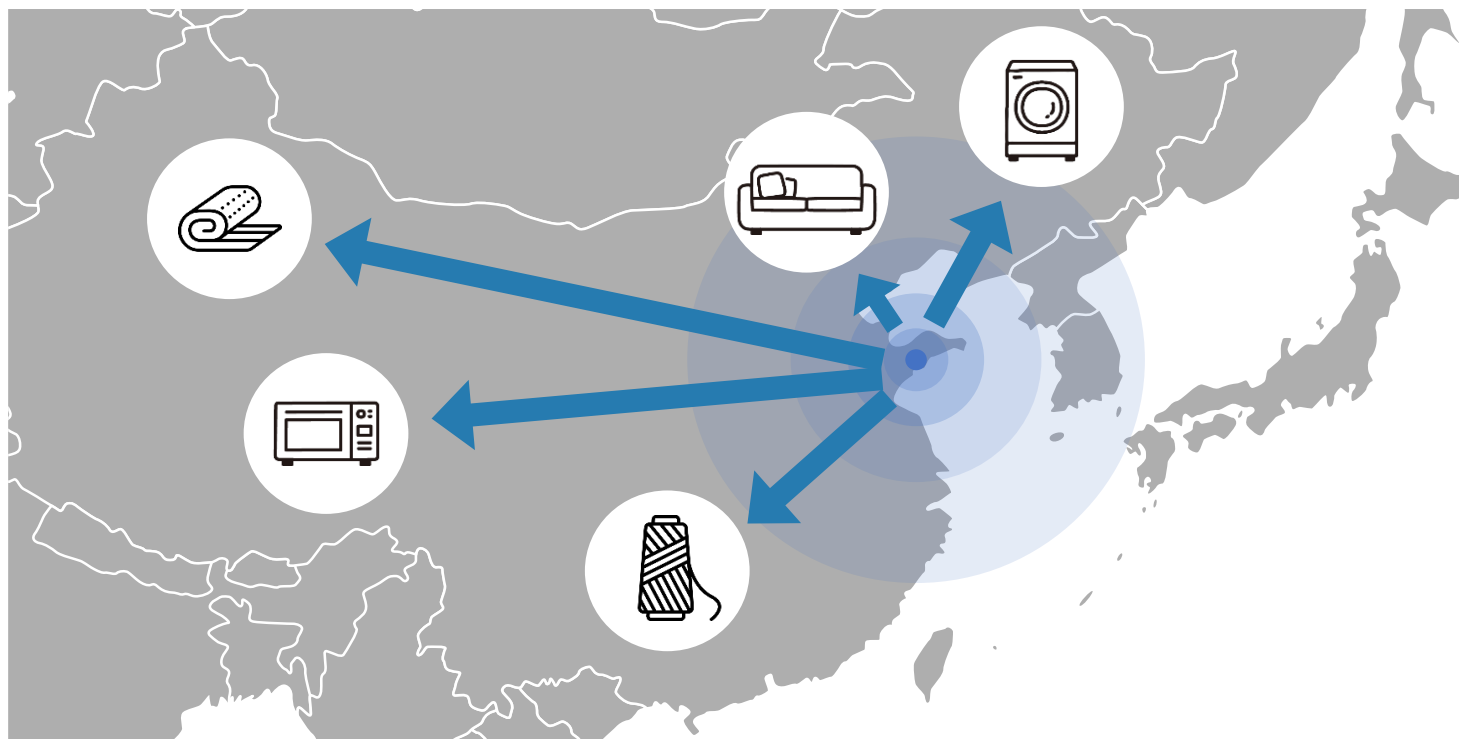
GraSUS (グレイサス)

【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（中央経済工作会议）”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月期に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、現地の大学・研究機関等と連携し、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

新型制菌・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 —

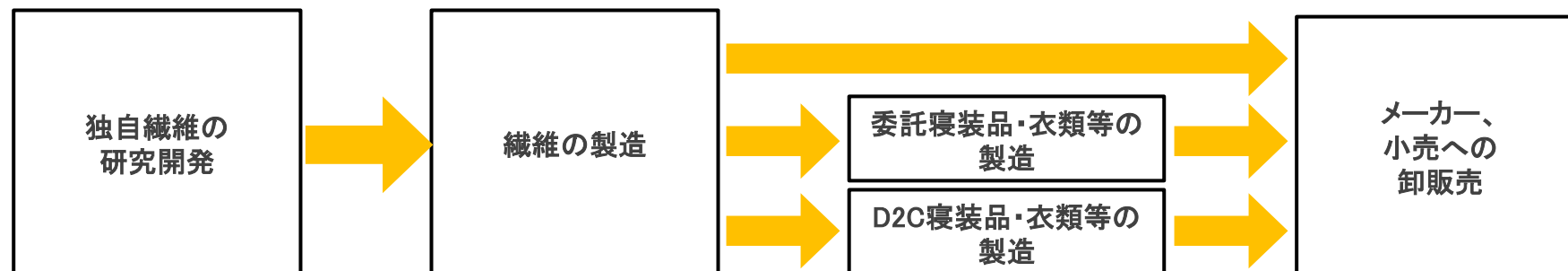
DEOCIL
デオシル

瞬間即効消臭機能
PHコントロールの弱酸性



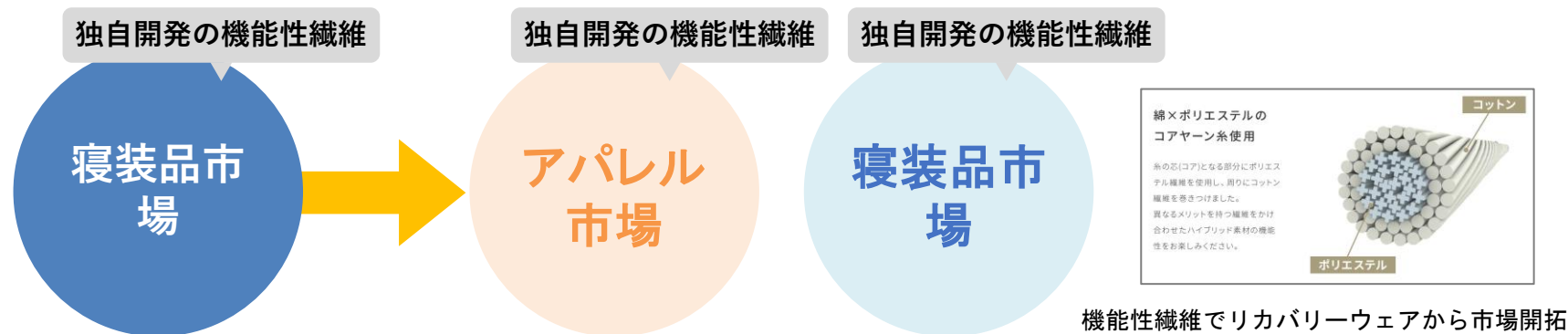
商品企画関連事業 — 機能性繊維研究開発製造事業

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を構築し、既に独自の機能性繊維の開発に成功

中期的な成長戦略

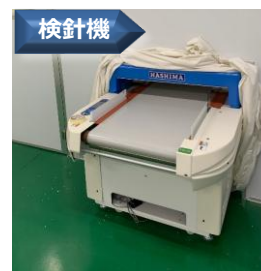


機能性素材の提供を寝装品市場に加えてアパレル市場へも拡大

商品企画関連事業 — 家具企画開発製造事業 (Genepa Vietnam Co.,Ltd.)



ベトナムにおける当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年以降は欧米向けを含む海外受注の獲得に注力。2026年も海外展示会への出展等を通じて販路開拓を進めており、当第3四半期累計期間においても受注及び納品は好調な水準で推移。
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システムを導入、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。



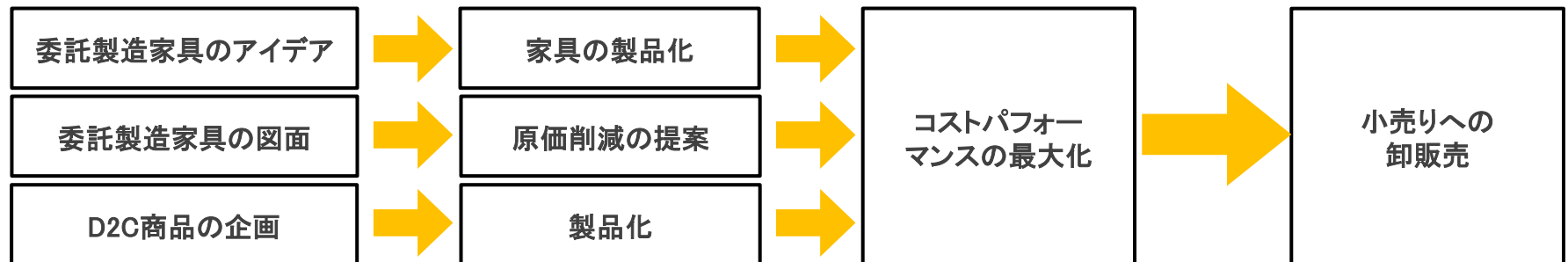
Sedex SMETA

*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。国際的に認知され広く受け入れられている監査手法のひとつ。



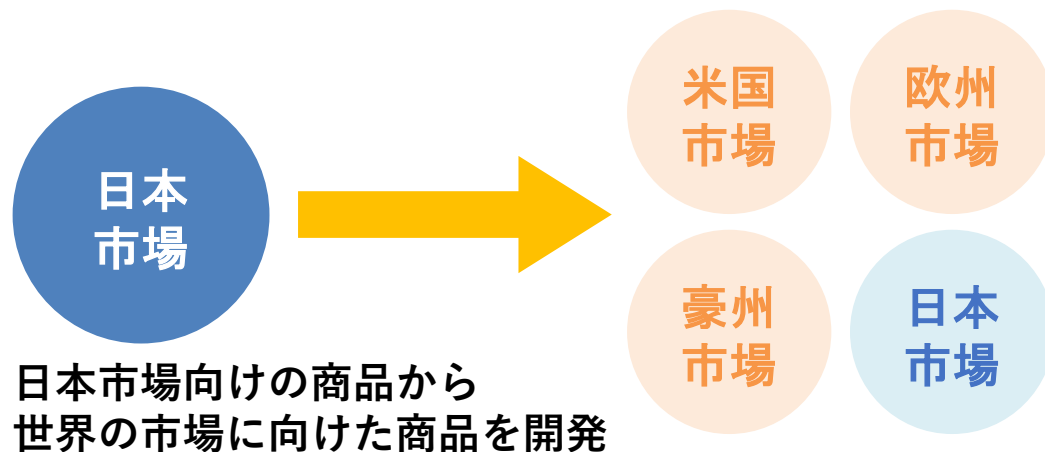
商品企画関連事業 — 家具企画開発製造事業

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

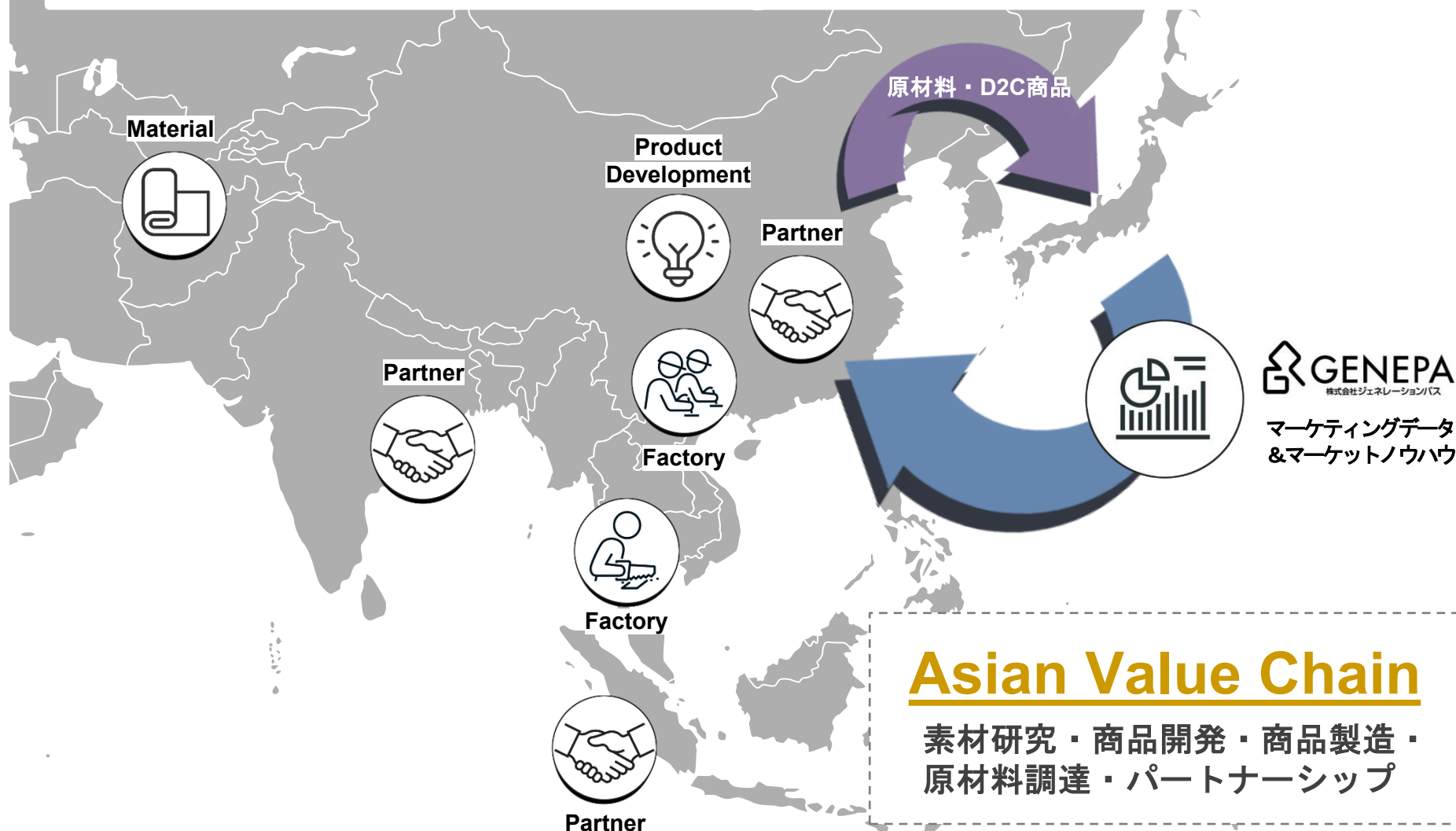


海外の展示会に積極的に参加することで世界市場を開拓。2025年以降は欧米向けを含む海外受注の獲得に注力。

(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)



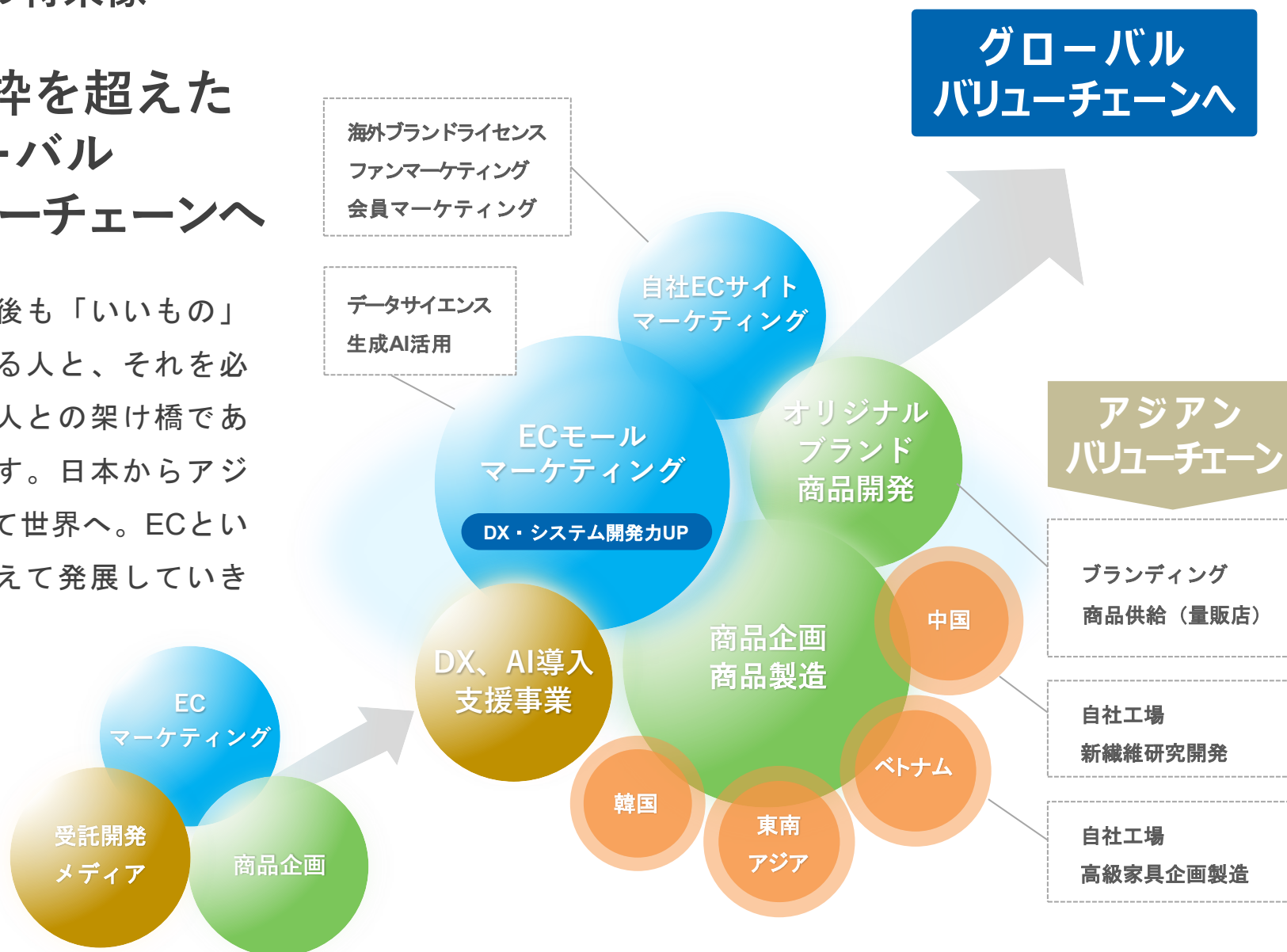
ECで蓄えたマーケティングデータをアジアに循環させる事で顧客が望む
商品開発や原材料の調達などアジア圏を跨ぐアジアンバリューチェーンを構築する。



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

本資料は、当社が入手可能な情報に基づいて作成しておりますが、その正確性及び完全性を保証するものではありません。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。