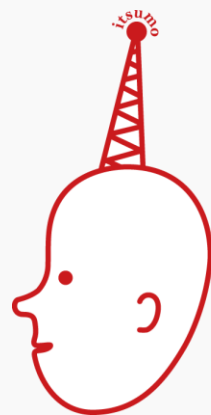


株式会社いつも
[東証グロース：7694]



itsumo.

2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

2026年 8月14日

itsumo

CONTENTS

01	2027年3月期 第1四半期連結業績	P. 3
02	サービス別報告	P. 7
03	Appendix	P. 16

01

2027年3月期 第1四半期連結業績

2027年3月期 第1四半期連結業績

2027年3月期 第1四半期連結業績（対前年同期比）

連結売上高：約48億円 / 営業利益：約0.3億円（前年同期比 増収増益）

- ・ 協業ブランドパートナー事業にて前期ローンチした新規ブランドが順調に成長し、前年同期比を大きく上回るペースで全社を牽引
- ・ 複数のサービスを展開しているTikTok Shop関連事業は計画を上回るペースで成長
- ・ 営業利益および純利益は黒字で着地

（百万円）	2026年3月期 1Q実績	2027年3月期 1Q実績	増減額	前期比
売上高	3,285	4,792	+1,506	+45.9%
売上総利益	1,216	1,809	+592	+48.7%
売上総利益率	37.0%	37.8%	+0.7%	
販売費及び一般管理費	1,297	1,779	+481	+37.1%
営業利益	▲80	30	+110	—
営業利益率	▲2.5%	0.6%	+3.1%	
経常利益	▲92	32	+124	—
経常利益率	▲2.8%	0.7%	+3.5%	
調整後EBITDA ^(注1)	▲35	81	+117	—
調整後EBITDA利益率	▲1.1%	1.7%	+2.8%	
当期純利益	▲88	1	+90	—
当期純利益率	▲2.7%	0.0%	+2.7%	

注1)調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用＋M&Aにかかる取得費用

2027年3月期 第1四半期連結業績（サービス別）

- ・ Oneコマース： 売上高は前年同期比+14.5%と伸長も、子会社整理および顧客ポートフォリオ組替により売上総利益は一時的に減益
- ・ 協業ブランドパートナー： 前期ローンチした新規ブランドが着実に成長し、売上総利益は前年同期比+84.0%と大幅増益
- ・ 共創・自創バリューアップ： 前年同期比マイナスも、株式会社エンブルーム^(注1)は組織・運用体制を見直し、黒字化に向け改善傾向
- ・ ECプラットフォーム： 販売力のあるクリエイター増加により、売上総利益は前年同期比+4.2%と堅調に推移

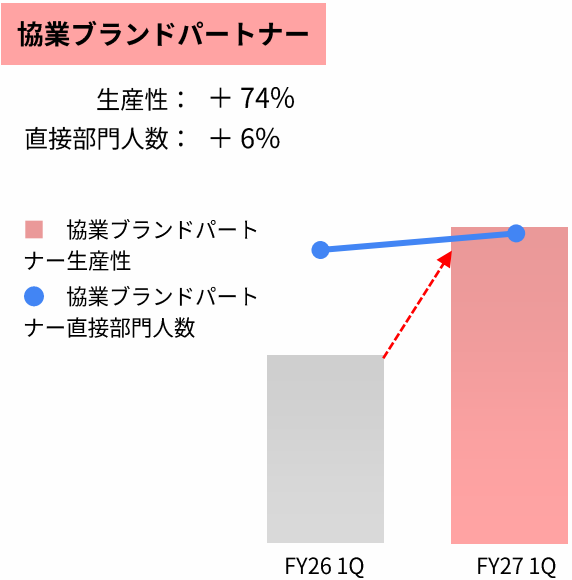
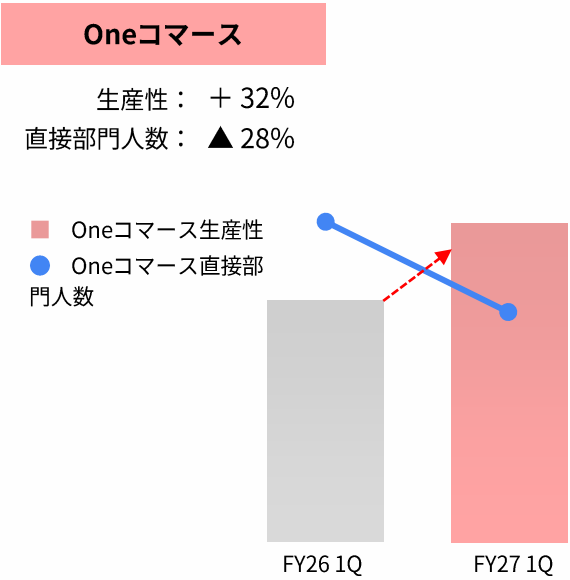
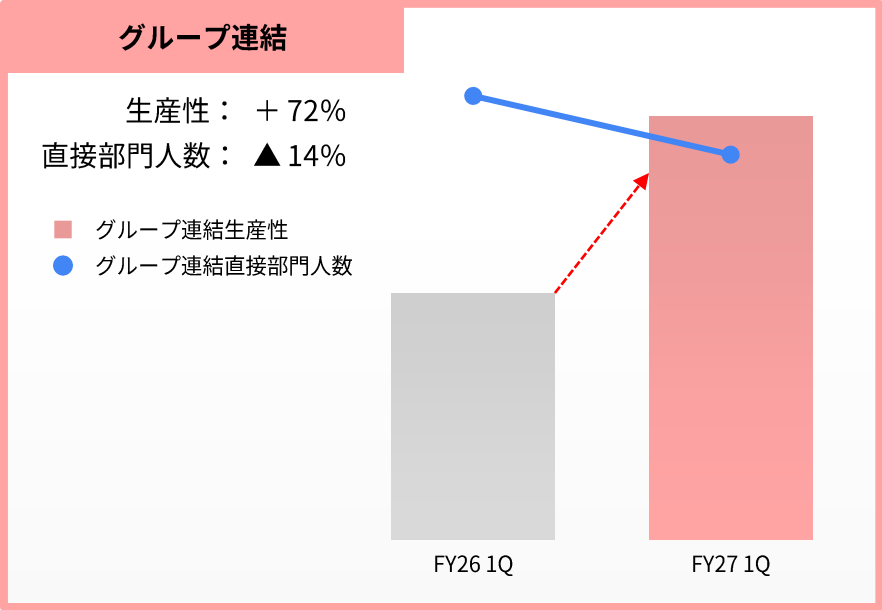
(百万円)		2026年3月期 1Q実績	2027年3月期 1Q実績	増減額	前期比
Oneコマース	売上高	680	778	+98	+14.5%
	売上総利益	332	315	▲17	▲5.3%
協業ブランドパートナー	売上高	2,387	3,865	+1,478	+61.9%
	売上総利益	772	1,422	+649	+84.0%
共創・自創バリューアップ	売上高	170	100	▲69	▲40.8%
	売上総利益	75	35	▲40	▲53.4%
ECプラットフォーム	売上高	47	47	▲0	▲0.3%
	売上総利益	35	37	+1	+4.2%
合計	売上高	3,285	4,792	+1,506	+45.9%
	売上総利益	1,216	1,809	+592	+48.7%

注1)旧株式会社ビーラン

1人当たり生産性の飛躍的向上と高収益モデルへの変革

- ・ 全社・サービス別ともに1人当たり生産性が大幅拡大。AI活用と組織スリム化により高収益体質へ変革し、生産性は+72%
- ・ Oneコマースは子会社整理および顧客ポートフォリオのシフトにより売上総利益は一時的に減益（▲5.3%）となるも、直接部門人数の適正化（▲28%）により、1人当たり生産性は+32%と大幅に伸長
- ・ 協業ブランドパートナーは前期ローンチした新規ブランドの大幅増益（売上総利益+84.0%）に対し、直接人員を微増（+6%）に抑えたことが生産性+74%の大幅な増加に寄与

生産性^(注1)の推移(前年同期比)



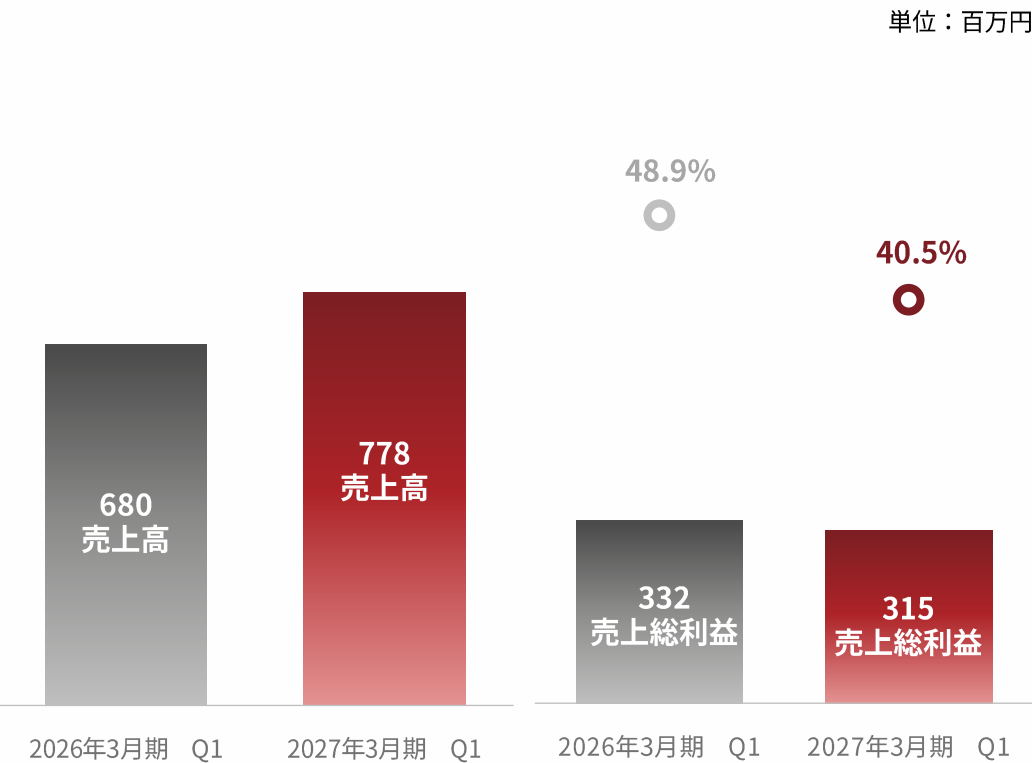
注1)生産性=該当サービスの売上総利益総額÷該当期間に所属する直接部門人数合計 にて算出

02

サービス別報告

サービス別取り組み：Oneコマース

- ・ 中規模・大規模案件へ顧客ポートフォリオのシフトと既存アップセルが奏功し、平均顧客単価が向上。サービス支援領域の拡大とAI活用による効率化も相まって、1人当たり生産性は前年同期比+32%と大幅に伸長（P.6参照）
- ・ 今期1Qにて利益拡大基盤が整い、2Q以降は新規案件獲得および既存のアップセルをさらに強化



前年同期比

- ・ 売上高 + 98百万円（+ 14.5 %）
- ・ 売上総利益 ▲ 17百万円（▲ 5.3 %）
- ・ 売上総利益率 ▲ 8.4 Point
- ・ 平均顧客単価 155%
- ・ ストック率 96.0%

取り組み

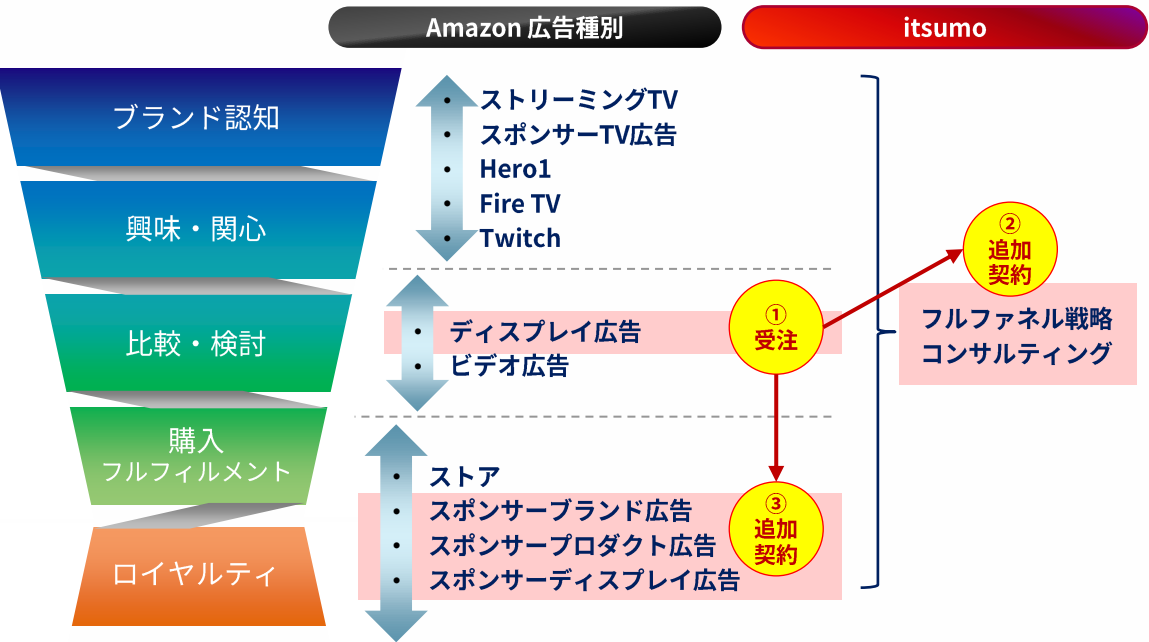
- ・ AI活用と自動化推進による運用オペレーションの効率化
- ・ Amazon DSP等を起点とした支援領域の拡張による、1社あたりの平均顧客単価が上昇
- ・ TikTok Shop支援はフルファネル支援体制を構築

Amazon DSPを起点とした複数サービス受注による平均顧客単価と広告運用額の拡大

- ・ Amazon DSP運用を起点にコンサルティングやスポンサー広告等へ支援領域を拡張
- ・ 1社における複数サービスの受託と運用額の増額により平均顧客単価の上昇を実現

単一施策の支援に留まらず、ファネル横断でサービスを提供

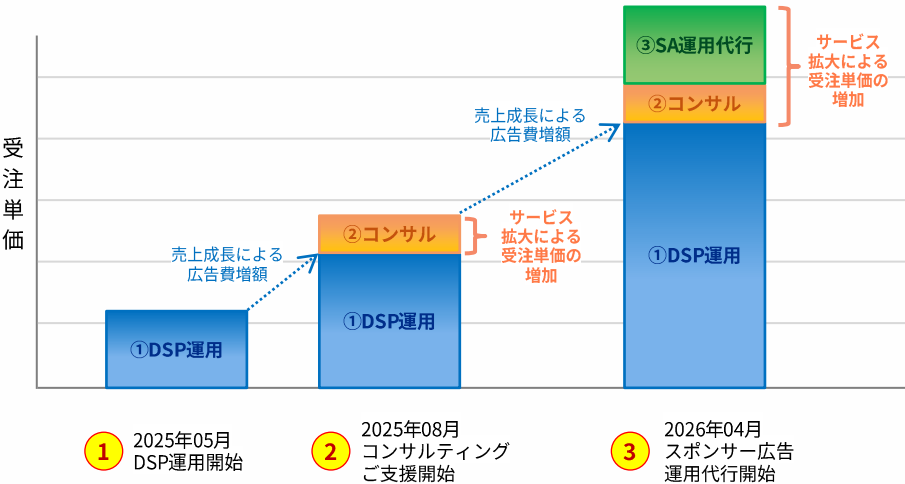
【S社事例】 Amazon DSP（ディスプレイ広告）運用から開始し、顧客課題の解決に伴いコンサルティングやスポンサー広告など別ファネルの広告運用へ支援を拡大



広告運用開始後の広告費増加と契約サービス拡大による、受注単価の推移

【S社事例】 クライアントの全体売上が成長するとともに広告運用予算の増額が決定。さらに複数サービス契約の受託により、当社における1社あたり受注単価の向上を実現

受注単価（月額）の推移



再現性のあるTikTok Shopの立ち上げノウハウと実績

- ・グローバル・国内大手ブランドのTikTok Shopでの大型成功事例を複数創出
- ・TSP・CAP・TAP全てでトップクラスの弊社のケイパビリティを活かし、大量のコンテンツ投下に加えて緻密なオペレーションを通じ数日間のイベントで高いGMV・高いROASを複数回にわたり創出

TikTok Shopにおいて、認知拡大から購買誘導までを一気通貫で最大化させる2～3日間の大型連動販促イベントにて、クライアントのGMVの成長を創出

主な実施施策：

- ・コンテンツ投下：動画・プロモーション素材など約250本
動画コンテンツを制作・投下
- ・クリエイターアサイン：CAP^(注1)／TAP^(注1)制度を活用した
最適なクリエイター連携とアフィリエイト仲介

TAP^(注1)機能CAP^(注1)機能

- ・ライブコマース運営・広告：イベント限定ライブ配信の企画・運営および売上連動型広告の最適化（TSP^(注1)機能）

TSP^(注1)機能

注1) TSP／TAP／CAP機能についての説明はAppendix（P.17）を参照

実績（複数クライアント平均）：

GMVの増加

約 70倍

※イベント前比平均週間GMV上昇率

商品露出数

約 160倍

※キャンペーン前比での
商品閲覧数上昇率

動画再生回数

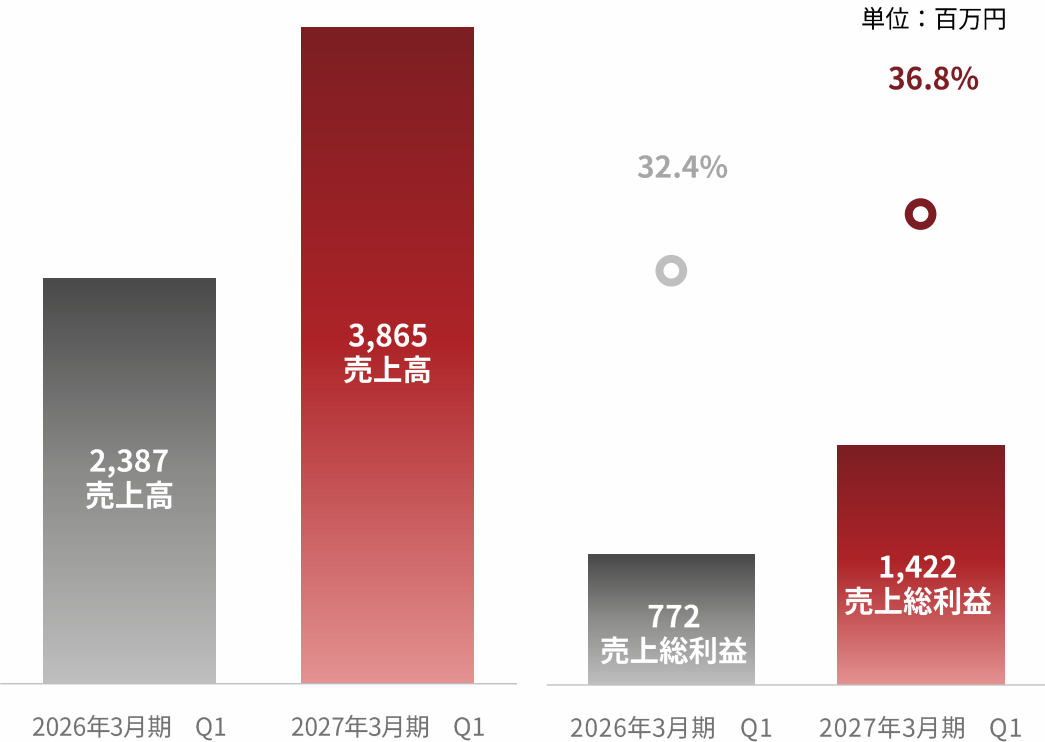
約 50倍

※キャンペーン前比での
動画の再生回数

動画投下数 約 250本**ライブ配信時間 一日平均 60時間**

サービス別取り組み：協業ブランドパートナー

- ・ 2025年度第2四半期以降にローンチした新規ブランドと既存ブランドが順調に推移し、全社の収益を牽引
- ・ TikTok Shopのバックヤード業務を完全自動化し、物流コストを削減する「いつロジ for TikTok Shop」をリリース



前年同期比

- ・ 売上高 + 1,478百万円 (+ 61.9 %)
- ・ 売上総利益 + 649百万円 (+ 84.0 %)
- ・ 売上総利益率 + 4.4 Point

取り組み

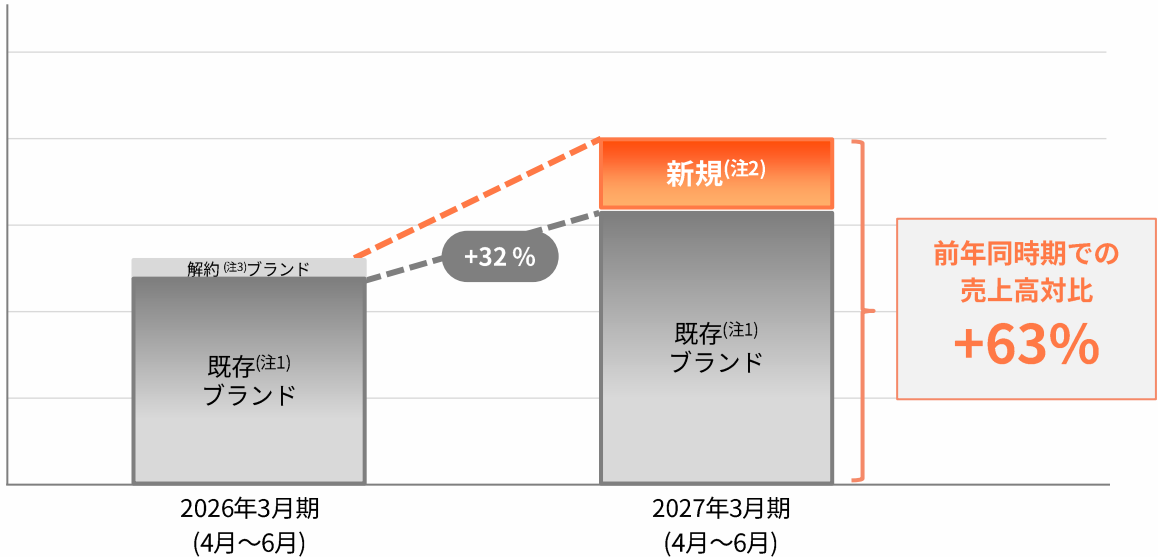
- ・ 協業ブランドパートナー全体は前期ローンチしたブランドの伸長により、大幅な成長
- ・ 「いつロジ for TikTok Shop」リリースにより、新たな支援モデルを確立

ブランドポートフォリオ拡充による売上成長

- ・ 今期新規参入ブランド(注2)の早期立ち上げ成功により、前年同期比 +63% 成長を達成
- ・ 既存ブランドは、前年同期比で +32% と堅調に成長

既存(注1)・新規(注2)の両輪による持続的成長基盤を構築

第1 四半期 売上高推移



注1)既存ブランド: 2025年度時点で取引実績があり、2026年度も継続取引をしているブランド

注2)新規ブランド: 2025年度第2四半期以降に取引開始したブランド

注3)解約ブランド: 2025年度には取引があったが、2026年度中に解約になったブランド

成長要因分析

■既存(注1)ブランド

- ・ 既存のブランドから複数のチャネルへ横展開

■新規(注2)ブランド

- ・ 前期ローンチした**複数ブランド**が本格稼働
- ・ Oneコマース顧客基盤を活用したグループ内シナジーによる案件創出
- ・ 初期契約ブランドの成果創出に伴う、同一クライアント内での受託ブランド拡大

いつロジ for TikTok Shopの提供開始と顧客の物流課題解決

- ・ 月間30万点出荷^(注1)のノウハウをシステム化しいつロジの新機能をリリース
- ・ 自動同梱処理等により受注処理工数約90%削減と物流コスト平均30%削減を実現

月間30万点の出荷実績^(注1)に基づくノウハウのシステム化

[事業者の課題]

TikTok Shopのライブ配信等では、短時間に注文が集中し同一顧客による注文の分断（複数回注文）が多発していた

おまとめ出荷（自動同梱処理）機能

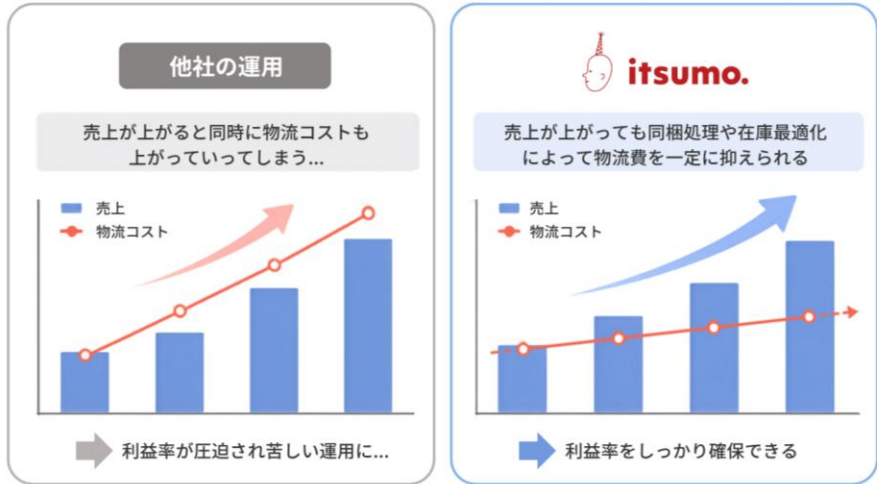


注1)TikTok Shopのみの出荷実績

クライアント事例

受注処理工数約90%削減、 物流コスト平均30%削減を実現

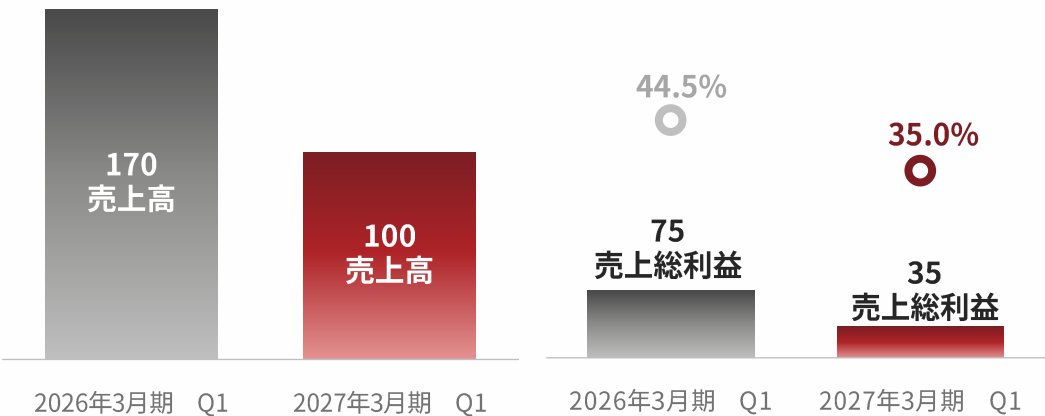
初期インフラ投資を最小限に抑えて大手企業がTikTok Shopへ参入できる環境を提供。



サービス別取り組み：共創・自創バリューアップ

- ・エンブルームは、組織最適化や固定費を削減し、赤字ながらも営業損益は約11%改善
- ・Koh Gen Doは今後の収益化を見据えた基盤構築期として、中国でのオフライン展開（空港・免税店）および東南アジア（マレーシア・シンガポール）でのEC・物流拠点構築に注力

単位：百万円



前年同期比

- ・ 売上高 ▲ 69百万円（▲ 40.8 %）
- ・ 売上総利益 ▲ 40百万円（▲ 53.4 %）
- ・ 売上総利益率 ▲ 9.5 Point

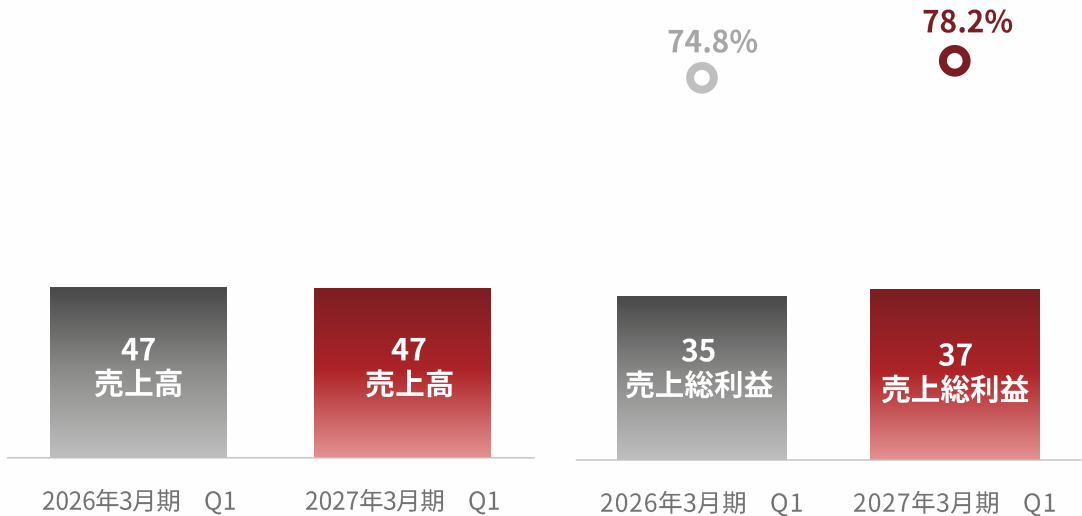
取り組み

- ・ スノーアパレルが主軸のエンブルームでは、冬場の繁忙期に向け商品企画等の準備を進行中
- ・ Koh Gen Doは将来の売上拡大に向け、中国でのオフライン販路（空港18店舗・海南島免税店）の導入や、東南アジアでのTikTok Shop旗艦店出店および現地物流拠点の構築を計画通り推進

サービス別取り組み：ECプラットフォーム

- 外部イベントの一時的な影響でライブ配信の実施数が減少し、GMVは前年同期比93.5%で着地したものの、新規購入ユーザー数が過去最高水準となり、堅調に成長

単位：百万円



前年同期比

- 売上高 ▲ 0百万円 (▲ 0.3 %)
- 売上総利益 + 1百万円 (+ 4.2 %)
- 売上総利益率 + 3.4Point

取り組み

- ピースユーGMV：前年同期比93.5%

Appendix

TikTok Shop：「成長連鎖モデル」による持続的な成長

- ・ 当社はTikTok Japan 3つのパートナーシップ取得により、TikTok Shop市場の拡大を当社GMVに直結させ、持続的な成長を実現
- ・ TSP/CAP/TAPそれぞれのKPI達成が連鎖し、市場成長を当社収益へ確実に取り込む

いつも．のユニークポジション

TikTok Shop市場成長が
3パートナー全領域の収益を連動拡大させる「成長連鎖」

TSP (TikTok Shop Partner) 出店企業支援	< KPI > 支援店舗GMV拡大
CAP (Creator Agency Partner) CAP機能による クリエイター支援	< KPI > 所属クリエイター数増加と クリエイターGMVの拡大
TAP (TikTok Shop Affiliate Partner) アフィリエイト 商品マッチング	< KPI > マッチング数増加による 店舗・クリエイターGMVの拡大



連結貸借対照表

- ・ 協業ブランドパートナー事業において、既存ブランドおよび今期立ち上げた新規ブランドがともに好調に推移したことに伴い、売掛金が増加

(百万円)	2026年3月期末	2027年3月期 1Q	増減額
現金及び預金	928	1,142	+213
売掛金	3,128	3,408	+280
棚卸資産 (注1)	3,041	2,931	▲109
流動資産	7,688	8,223	+535
固定資産	1,869	1,876	+6
資産 合計	9,557	10,099	+541
流動負債 合計	5,029	6,205	+1,176
固定負債 合計	1,989	1,350	▲639
純資産 合計	2,538	2,543	+4

注1) 棚卸資産は、連結貸借対照表における「商品」「仕掛品」、「その他」に含まれている「貯蔵品」の合計額で記載しております

売上高推移（会計期間）

単位：百万円

■ Oneコマース ■ 協業ブランドパートナー ■ 共創・自創バリューアップ ■ ECプラットフォーム

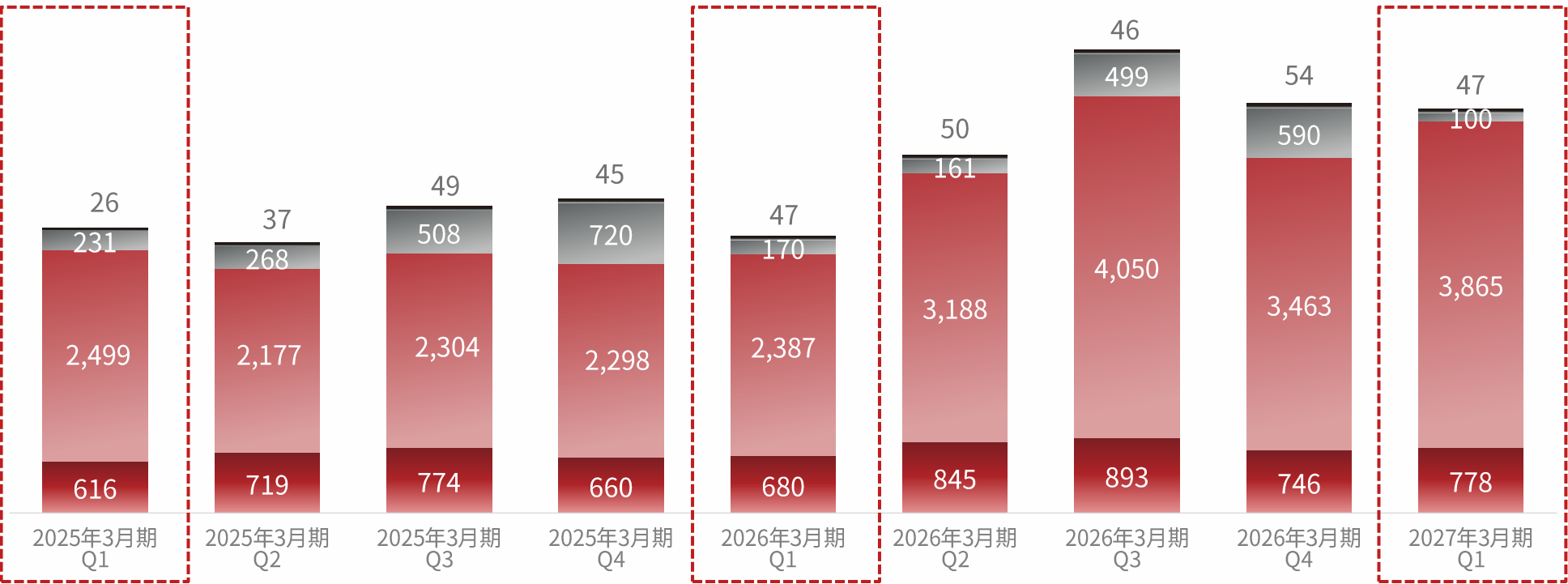
YoY

▲0.3%

▲40.8%

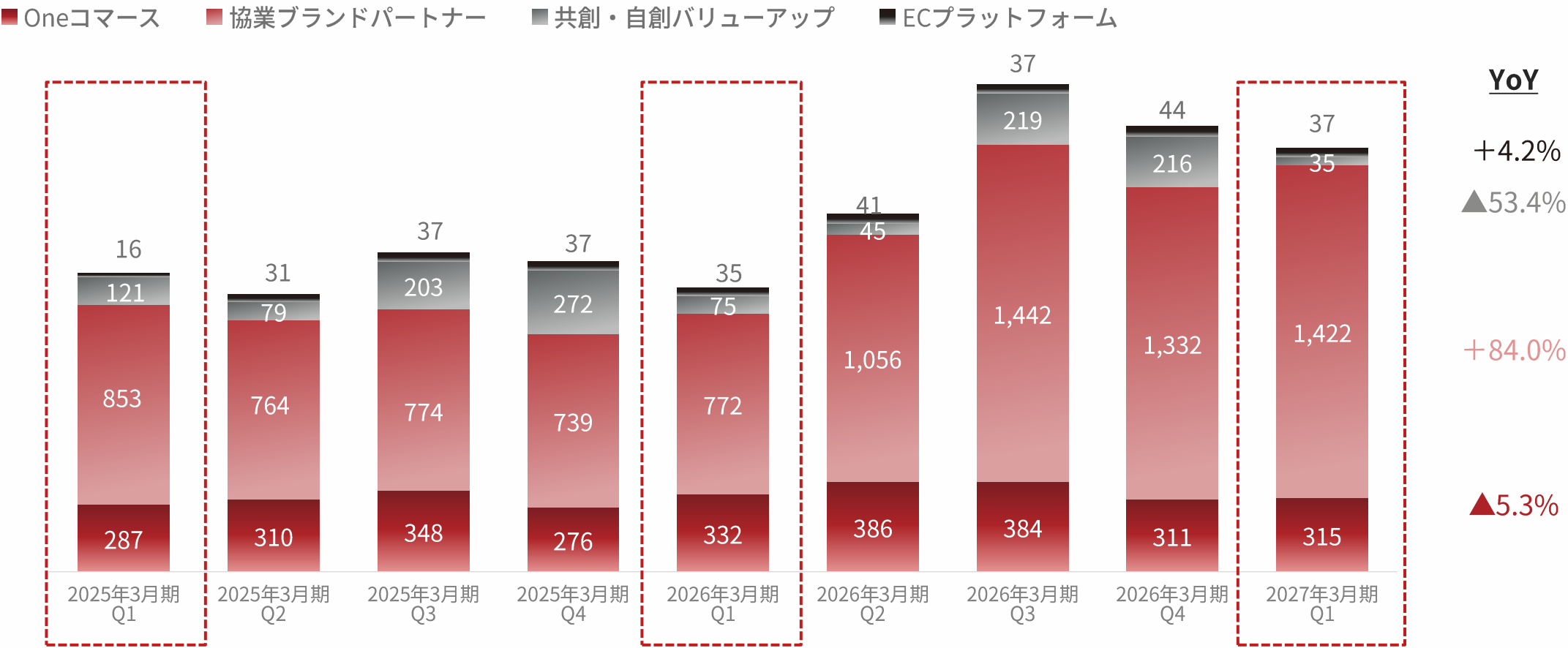
+61.9%

+14.5%



売上総利益推移（会計期間）

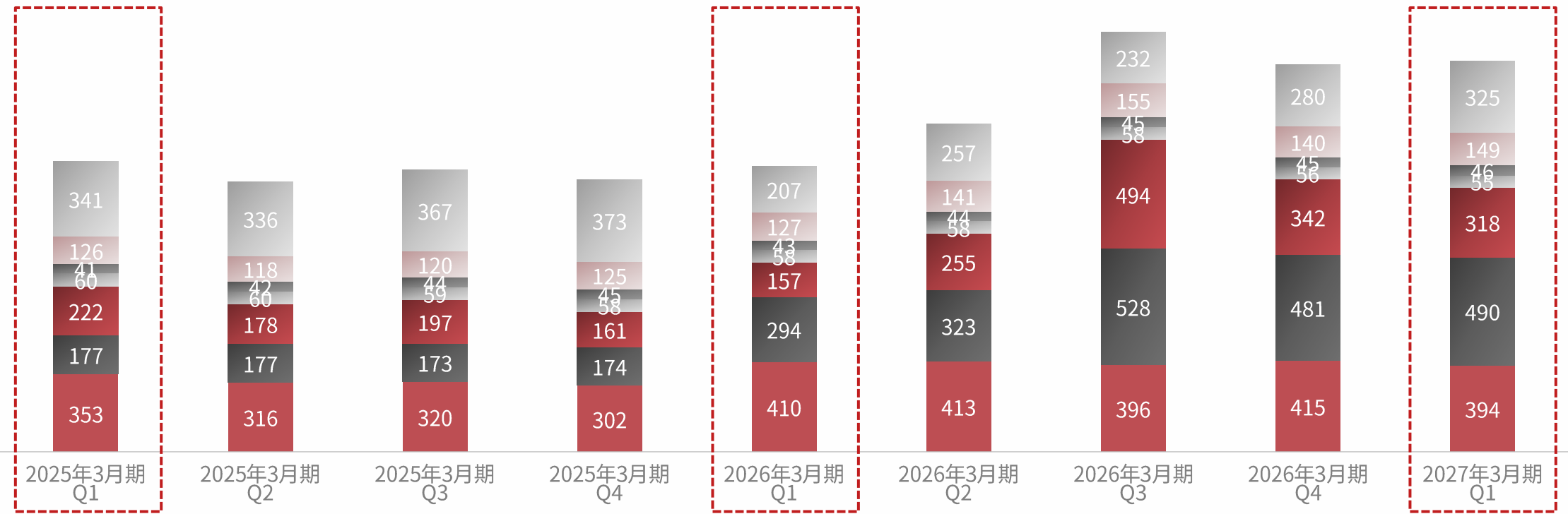
単位：百万円



販売費及び一般管理費の推移（会計期間）

単位：百万円

■ 人件費（注1） ■ 業務委託費（注2） ■ 広告宣伝費 ■ 地代家賃 ■ 減価償却費、のれん償却費、MA関連費用 ■ 支払手数料（注3） ■ その他



注1. 人件費には、賞与、採用関連費用を含んでおります
注2. 業務委託費は、主に社内業務改善及びサービス強化を目的とした戦略投資費用及び物流費であります
注3. 支払手数料は、主に協業ブランドパートナーにおける決済手数料であり、協業ブランドパートナーの売上に応じて増加いたします

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。

さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化等により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

 いつも IR

Search

itsumo365.co.jp/ir/

