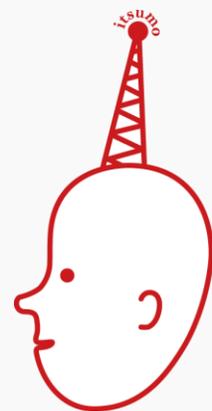


株式会社いつも  
[東証グロース：7694]



**itsumo.**

2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

2025年 11月14日

itsumo

# CONTENTS

01	2026年3月期 第2四半期連結業績	P. 3
02	サービス別報告	P. 6
03	Appendix	P. 19

# 01

2026年3月期 第2四半期連結業績

2026年3月期 第2四半期連結業績

## 2026年3月期 第2四半期連結業績（全社）

- ・売上高は約75億円、営業利益は約▲4,500万円と前期比から増収で赤字幅が縮小
- ・サービス別では、Oneコマース、協業ブランドパートナー、ECプラットフォームは売上・売上総利益ともに順調に成長
- ・共創・自創バリューアップは、計画未達成
- ・2QからローンチしたTikTok Shopなどのソーシャルコマース総合支援サービスは、計画以上の成長スピードで推移

科目	25.3期 2Q	26.3期 2Q	増減額	前期比
売上高	6,576	7,532	+955	+14.5%
売上総利益	2,464	2,746	+282	+11.5%
売上総利益率	+37.5%	+36.5%	▲1.0%	
販売費及び一般管理費	2,554	2,796	+242	+9.5%
営業利益	▲89	▲45	+44	—
営業利益率	▲1.4%	▲0.6%	+0.8%	
経常利益	▲105	▲54	+50	—
経常利益率	▲1.6%	▲0.7%	+0.9%	
調整後EBITDA (注1)	▲3	48	+52	—
調整後EBITDA利益率	▲0.1%	+0.6%	+0.7%	
当期純利益	▲111	▲101	+9	—
当期純利益率	▲1.7%	▲1.3%	+0.3%	

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&amp;Aにかかる取得費用

単位：百万円

2026年3月期 第2四半期連結業績

## 2026年3月期 第2四半期連結業績（サービス別）

- ・ Oneコマース：いつも、データマーケティング（iDM）<sup>(注1)</sup>の活用とソーシャルコマース総合支援サービスにより、堅調な成長を継続
- ・ 協業ブランドパートナー：ポートフォリオの組替を実施し、複数の新規ブランドをローンチ。増収増益と順調な成長
- ・ 共創・自創バリューアップ：ピーランは猛暑による天候影響、Koh Gen Doは出荷時期の変動といった要因により、減収減益
- ・ ECプラットフォーム：ピースユーは、TikTok Shopと双方で配信できる支援体制を構築し好調に推移

科目	25.3期 2Q	26.3期 2Q	増減額	前期比	
Oneコマース	売上高	1,335	1,525	+189	+14.2%
	売上総利益	597	719	+121	+20.4%
協業ブランドパートナー	売上高	4,676	5,576	+899	+19.2%
	売上総利益	1,617	1,828	+210	+13.0%
共創・自創バリューアップ	売上高	500	331	▲168	▲33.7%
	売上総利益	200	121	▲78	▲39.3%
ECプラットフォーム	売上高	63	98	+34	+54.1%
	売上総利益	48	76	+28	+59.1%
合計	売上高	6,576	7,532	+955	+14.5%
	売上総利益	2,464	2,746	+282	+11.5%

注1. iDM：経営・マーケティング・現場を一気通貫で連動させ、ECマーケティング成果の最大化・再現性を生むサービス

単位：百万円

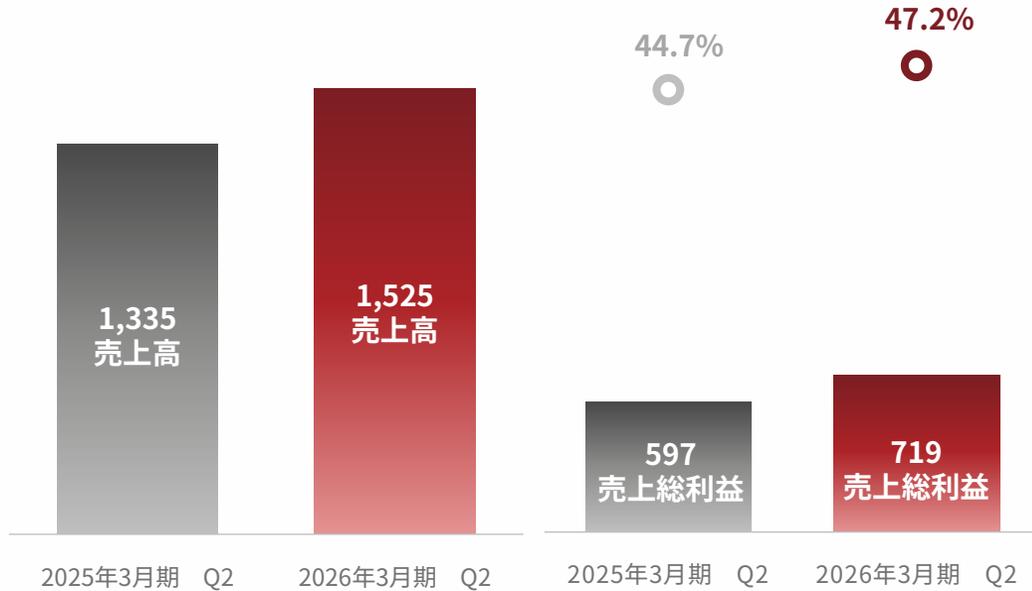
# 02

## サービス別報告

# サービス別取り組み：Oneコマース

- いつも、データマーケティング（iDM）の活用により新規獲得件数が増加、平均単価や売上総利益率が上昇し増収増益
- TikTok Shop向け支援サービスにより新規獲得件数が増加、支援体制の強化に向けた積極投資を今後も継続して実施

単位：百万円



## 前期比

- 売上高 + 189百万円 (+ 14.2 %)
- 売上総利益 + 121百万円 (+ 20.4 %)
- 売上総利益率 + 2.4 Point

## 取り組み

- 平均単価：YoY 106 %
- スtock率：92 %
- itsumoカンファレンス2025 SUMMER開催

# 【itsumoカンファレンス】高い注目を集めるコンテンツで約1,200人の申し込み

TikTok Shop日本参入、生成AI活用など、市場変化を先取りしたテーマで業界トップ企業を招き開催。EC事業責任者・決裁権者層との接点を戦略的に創出し、業界プレゼンス向上と事業成長を加速

## 開催実績

申込 **1,191**名

会場: 外国特派員協会 (丸の内 二重橋ビル)

3日間 開催



### Day 1. データマーケティングDAY

Amazon Ads、Rokt、SeenThis、Pacvueと語るECマーケティングの未来

- ✓ Amazon Ads Japan, ROKT, SEEN THIS, Pacvue 等登壇
- ✓ 販促とブランディングが融合する次世代リテールの展望をディスカッション

### Day 2. コンテンツマーケティングDAY

TikTok Shop Japan開始によるショッピング体験の変化

- ✓ Bytedance (TikTok Shop Japan) 同日 2名登壇
- ✓ サントリー株式会社、TikTok Shopライバー はつぴよ様等登壇
- ✓ 事例から学ぶライブコマースと動画活用、実践的体制の構築手法を解説

### Day 3. AI、クロスボーダー&フルフィルメントDAY

急成長：TikTok Shop東南アジア市場の可能性と「フルフィルメント×マーケ」によるEC物流の未来

- ✓ Hainan Zhaoniao International Trade Co., Ltd登壇
- ✓ TikTokなどを活用した東南アジア越境ECや、“ディスカバリ-EC”時代のフルフィルメントの進化について解説

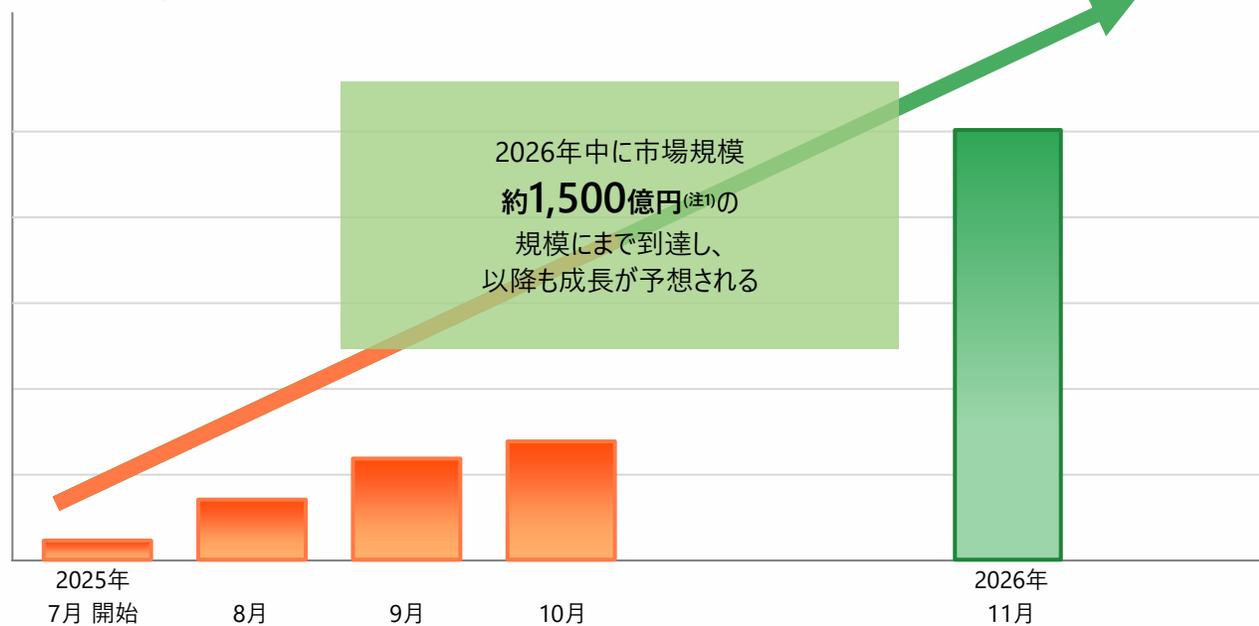


# TikTok Shop 日本市場は、直近1年で年間1,500億円規模のGMVに到達し、以降も成長想定

- TikTok Shop 日本市場の直近1年間で1,500億円<sup>(注1)</sup>のGMV規模に到達し、以降も成長を続ける想定
- ビューティ・パーソナルケアを筆頭に、おもちゃ・ホビー、電話・電子機器、レディースウェアが上位4カテゴリーで約6割を形成

## TikTok Shop 日本市場は2026年中には年間約1,500億円<sup>(注1)</sup> 規模へ

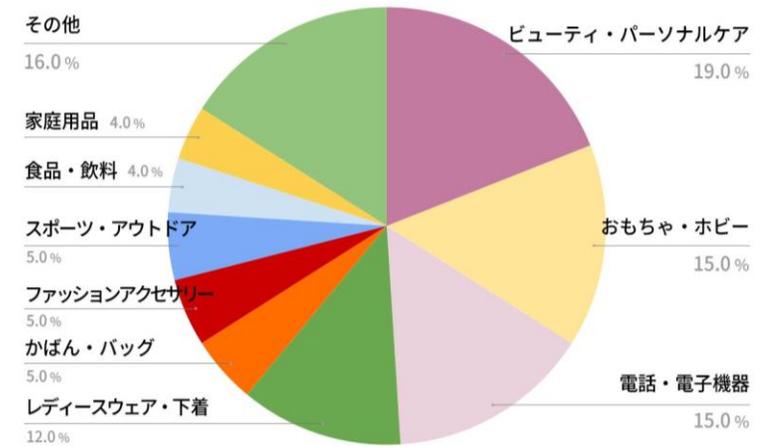
TikTok Shop 月別GMV推移の予測<sup>(注2)</sup>グラフ



注1. 2026年11月の到達GMV予測をもとに、当社にて年間規模を算出

注2. TikTok Shop 日本市場の開始4ヶ月間の売上データと米国市場の成長推移を基に、日本市場の成長加速シナリオを考慮して算出（当社調べ）

## カテゴリ別 GMVシェア（2025年9月当社調べ）



### 特定カテゴリーに偏らない多様な市場構造が特徴

1. ビューティ・パーソナルケア（19.0%）
2. おもちゃ・ホビー（15.0%）
3. 電話・電子機器（15.0%）
4. レディースウェア・下着（12%）

# TikTok Shop日本市場拡大を捉える成長連鎖モデル

当社は、TikTok Shopの全3パートナー認定を取得。この希少なポジションにより、現在、毎月急拡大する市場の成長を当社収益に直接連動させる「成長連鎖モデル」を構築

## 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構造的サイクル

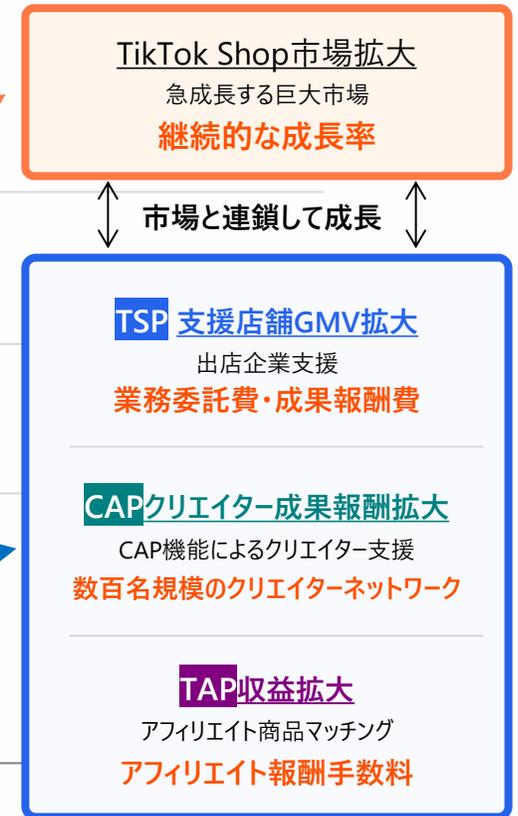
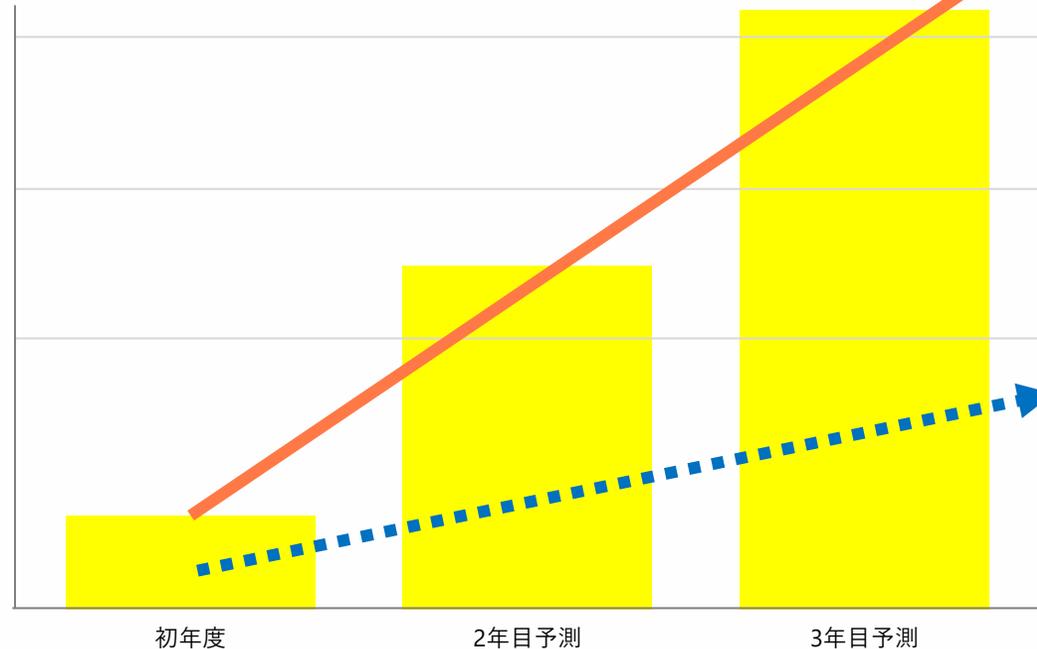
**TSP** 店舗運営支援、TikTok Shopの開設・運営・マーケティング支援

**CAP** コンテンツ作成、クリエイター／インフルエンサーの育成とライブコマース支援、クリエイター所属・育成・管理

**TAP** アフィリエイトネットワーク、ブランドとクリエイターのマッチング基盤の提供

## 成長連鎖の仕組み

国内TikTok Shop GMV推移予測

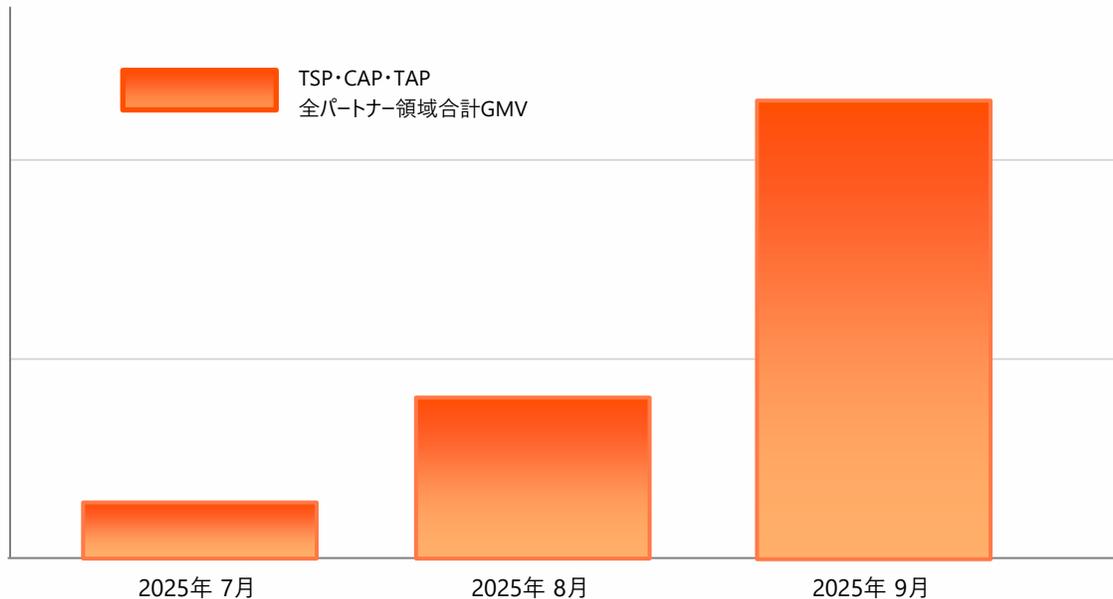


# TikTok全3パートナー合計 GMV は順調に成長、今後はさらなる成長を見込む

- ・ TSP・CAP・TAPの全3パートナー領域でGMVは順調に成長。成長連鎖モデルの基盤づくりを進める
- ・ ピースクリエイション（クリエイター事務所）は3ヶ月で、日本のライブコマースランキング（注1）上位6位中3名を専属化。継続して提携・専属クリエイター数を拡大

## 全パートナーでGMVが拡大

- ▶ 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構造的サイクルを実証



## クリエイターネットワークの拡大

- ✓ 提携・専属クリエイター数 拡大中
- ✓ 設立3ヶ月での急速なネットワーク構築



羽田恵里アパレル社長



maru\_disney21 まる🍌ディズニー🍌🍌



whip1108 ケイスケ社長@香りとコーティングを

注1. TikTok Shopがアプリ上で公開しているランキングより  
（更新日：2025年9月30日 11:59PM）

# 物流移管後1店舗で5日間4,000万円GMVを創出、支援企業増で総GMV拡大中

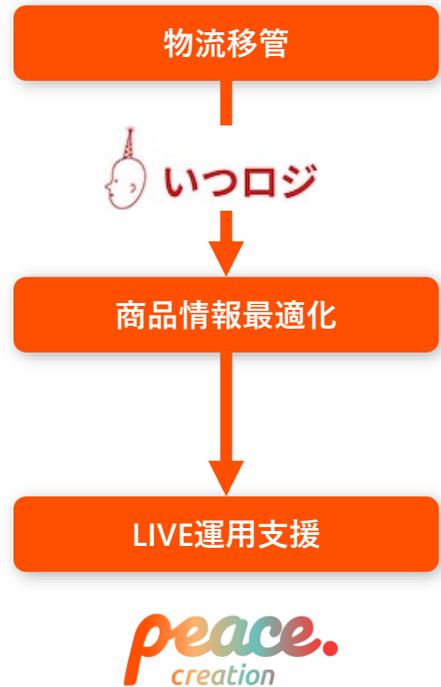
TikTok Shop総合支援（TSP）で物流からLIVE運用に至るまで一気通貫で支援する体制が評価され、支援企業数が継続的に拡大。データ連携をさらに強化し、総GMV成長で業界上位を目指す

## 支援実績

- ✓ 1店舗で5日間約4,000万円GMV創出（2025年9月）
- ✓ 販売を止めず3週間で物流移管
- ✓ 移管翌日から販売本格再開
- ✓ 商品登録～LIVE運用まで一気通貫支援



## 一気通貫支援の強み



### いつロジ for TikTok Shop

- TikTok Shopに特化した物流ソリューション
- 3週間での迅速移管、販売継続を実現
- WMS/OMS連携、カスタマーサポート対応

### SKU構成・属性整備

- 検索性と転換率を高めるクリエイティブ
- カテゴリ特性に合わせた商品情報設計

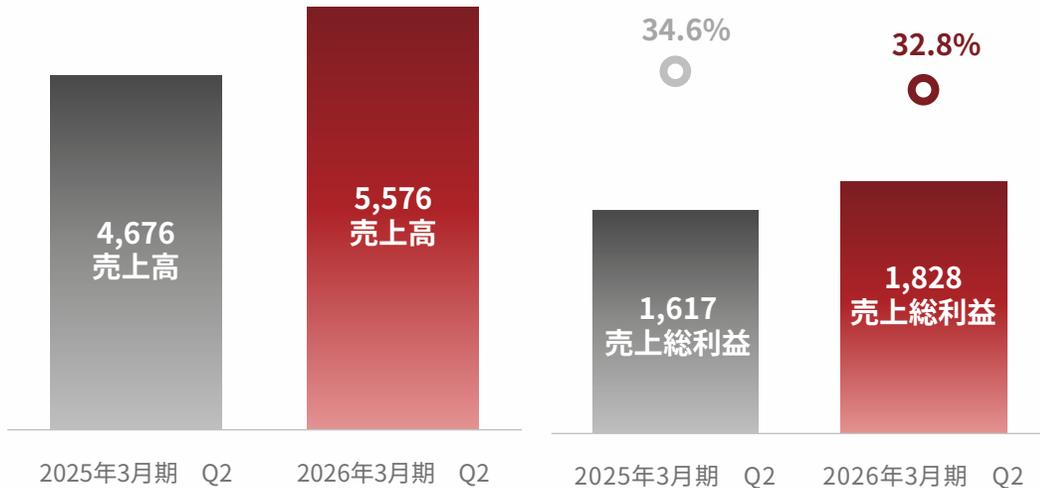
### ピースクリエイション連携

- 500名のクリエイターネットワークを活用
- 販売スケジュール設計、KPI管理
- 商品特性に合わせたライブ販売戦略

## サービス別取り組み：協業ブランドパートナー

- ・ポートフォリオ組替実施により、複数の新規ブランドをローンチ
- ・TikTok Shop シンガポールのTAP、TSP認定を取得。今期中に東南アジア市場 4 ヶ国で越境TikTok Shopの事業展開を計画

単位：百万円



### 前期比

- ・ 売上高 + 899百万円 (+ 19.2 %)
- ・ 売上総利益 + 210百万円 (+ 13.0 %)
- ・ 売上総利益率 ▲ 1.8 Point

### 取り組み

- ・ いつも、データマーケティング (iDM) を活用した戦略立案から高速PDCAと効率的な運営体制づくり
- ・ 当社の公式越境TikTok Shop (シンガポール) が9月よりスタート。現地に専用LIVEスタジオを設置し、自社ライブを強化していくことで、日本ブランド認知UP活動を積極的に実施

# TikTok Shop シンガポール「TAP」「TSP」認定を取得

シンガポールに専用LIVEスタジオと倉庫を設置し、10月のJapan Beautyイベントで目標GMVを達成。今後はマレーシア、ベトナム、タイへの展開を計画し、日本ブランドの東南アジア市場参入を加速させる予定

## シンガポールで販売実績を創出

- ✓ 9月：シンガポール専用LIVEスタジオを設置
- ✓ 10月4日～8日：Japan Beautyイベント開催。シンガポールトップクリエイター2組を日本にご招待しライブ販売を実施した結果、目標を遥かに超えるGMVを創出。
- ✓ 日本の美容ブランドに対する現地需要の高さを実証



## 東南アジア4カ国への展開計画

SINGAPORE 9月開店済

VIETNAM 今期開店予定

THAILAND 今期開店予定

MALAYSIA 今期開店予定

## TikTok Shop ASEAN 導入ブランド

琉球  
酒豪伝説

養庵堂  
創業1731年  
YOANDO  
TOKYO, JAPAN

LUMIXIA

KIYORA

BLAZE

ETVOS

C'BON

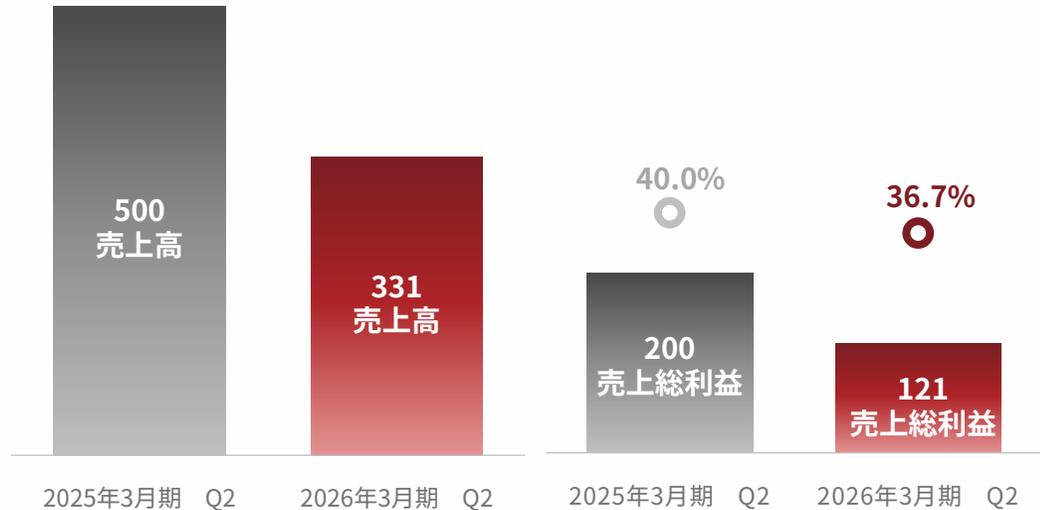
QOL  
LABS

COCOCHI

## サービス別取り組み：共創・自創バリューアップ

- ・ ビーランは猛暑による天候影響、Koh Gen Doは出荷時期の変動といった要因により、全体として減収減益
- ・ スノーアパレルを主力販売するビーランは、高価格帯のスノーアパレル新ブランド「DIG」を10月にローンチ
- ・ 自然派コスメブランドのKoh Gen Doは、年間目標に対しては計画通り進捗

単位：百万円



### 前期比

- ・ 売上高 ▲ 168百万円 (▲ 33.7%)
- ・ 売上総利益 ▲ 78百万円 (▲ 39.3%)
- ・ 売上総利益率 ▲ 3.4 Point

### 取り組み

- ・ ビーラン：高価格帯の新ブランド「DIG」の投入と既存の低・中価格帯ブランドの3軸展開により、スノーアパレル市場におけるターゲット顧客層の拡大による販売強化
- ・ Koh Gen Do：一般貿易及び新たなオフライン販売に向けての体制構築（DFSや空港へ出店・出品準備）

# ビーラン：高価格帯D2Cブランド「DIG」でポートフォリオ拡充

- ・低・中価格帯ブランドに続く高価格帯「DIG」を発表し、全価格帯をカバーするポートフォリオを拡充し一層の販売強化
- ・沢尻エリカさん、窪塚洋介さんをスペシャルアンバサダーに迎え、新規顧客層開拓と事業構造変革を推進

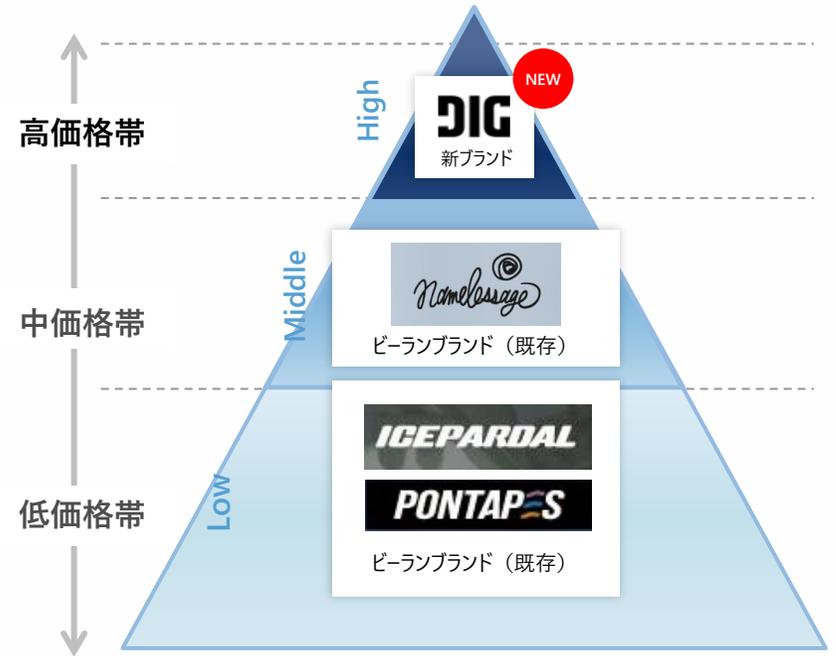
## 新ブランド「DIG（ディグ）」について



パフォーマンスを支える機能美に、都市的な感性とストーリー性を掛け合わせ、スポーツウェアの枠を超えてライフスタイルに溶け込むシティーウェア。

1. ハイブランドデザイナー—[法師拓門](#)氏起用、タウンユース可能な洗練されたデザイン
2. 宇宙開発素材THEARMO（PCM×エアロゲル）採用、プロ仕様の高機能性を実現
3. [D2C直販](#)で中間マージン排除、高品質な商品を4.3～9.8万円で提供

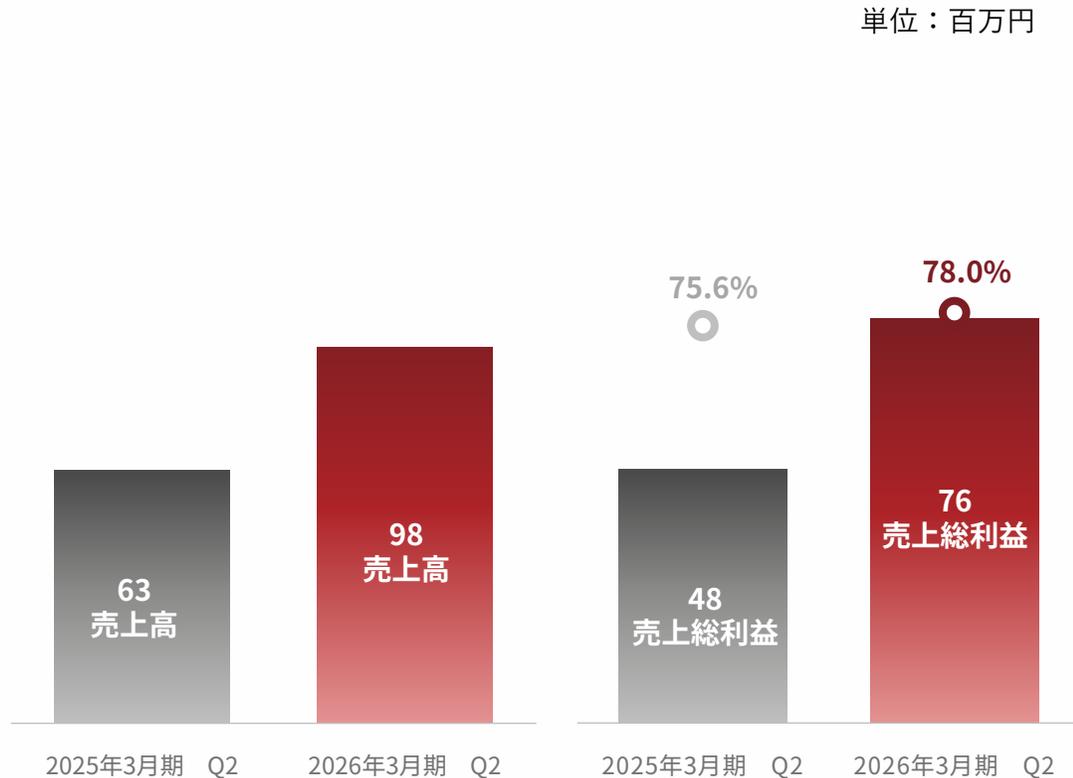
## ブランドポートフォリオ戦略



「DIG」投入により全価格帯をカバーし、ターゲット層を拡大

## サービス別取り組み：ECプラットフォーム

- ・ピースユーは、クリエイター事務所によるTikTok shopと双方で配信できる支援体制やEC総合支援とのシナジーによるシェア拡大
- ・ICECREAMは、アプリ改修で利便性を向上させ、中国での認知度向上と商品拡充を図り、売上増加を目指す



### 前期比

- ・ 売上高 + 34百万円 (+ 54.1 %)
- ・ 売上総利益 + 28百万円 (+ 59.1 %)
- ・ 売上総利益率 + 1.4Point

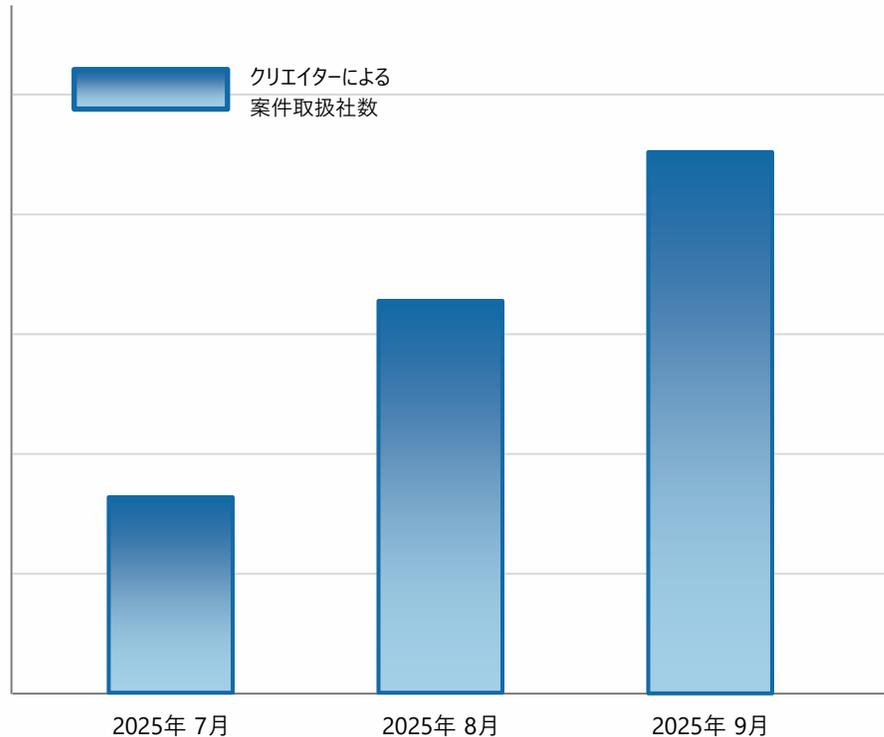
### 取り組み

- ・ ピースユーGMV：前期比133%の成長
- ・ ピースクリエーション（クリエイター事務所）
- ・ ICECREAM：アプリ改修で利便性を向上と共に、中国での人気ランドの取り扱いをスタート。下期の売上拡大を目指す

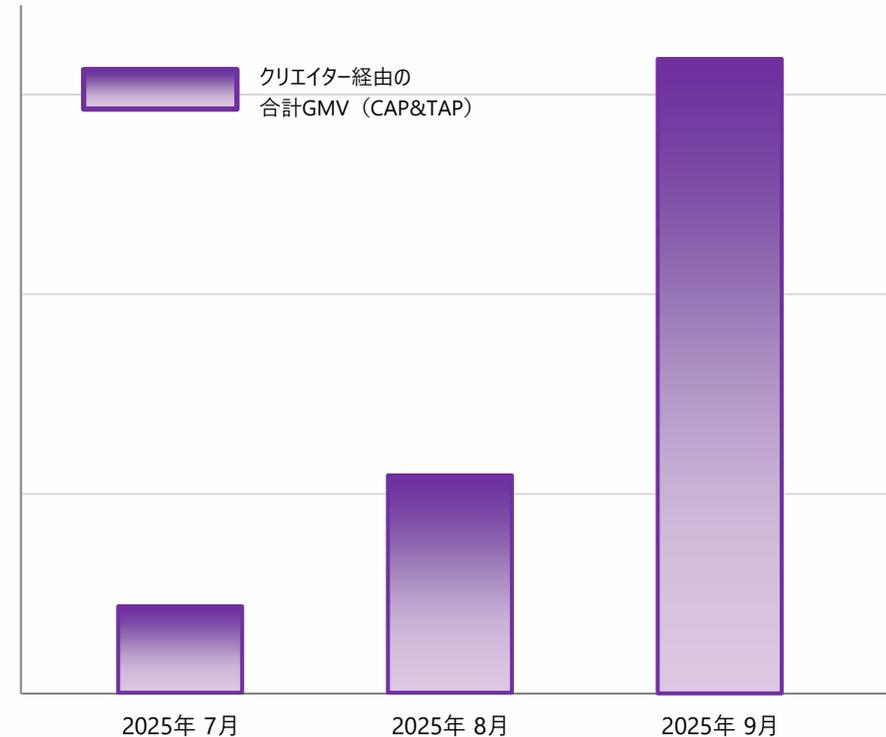
## クリエイター案件取扱社数が順調に増加し、GMVも継続的に成長

- ・クリエイター案件取扱社数の継続的増加により、TikTok Shop市場での取引基盤を拡大
- ・販売実績のある専属・提携クリエイターネットワークの拡充により、クリエイター経由GMVを順調に拡大

### クリエイターによる案件取扱社数の増加



### クリエイター経由のGMV成長



# Appendix

## 連結貸借対照表

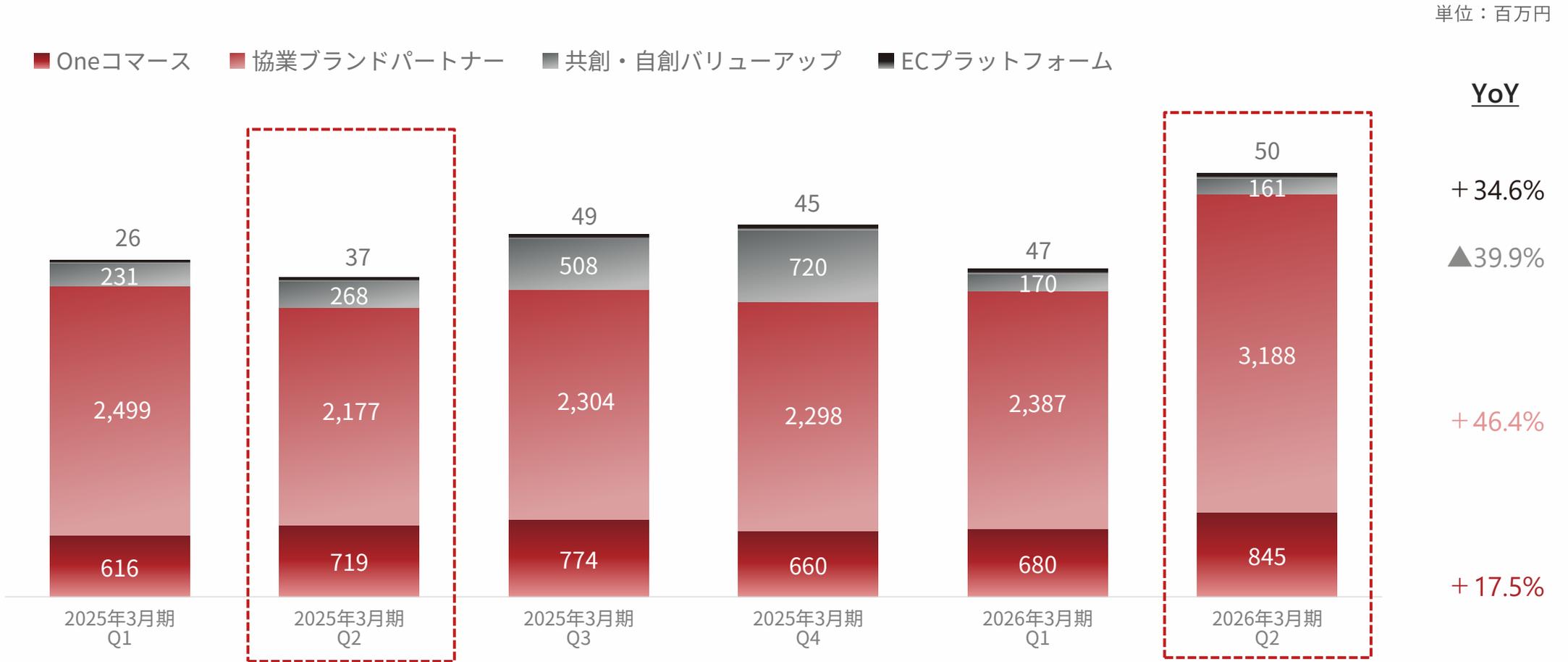
- ・新規ブランドの在庫補充に伴い、現金及び預金が減少
- ・協業ブランドパートナー事業の売上拡大に伴い、売掛金および棚卸資産が増加

科目	2025.3期 期末	2026.3期 2Q期末	増減額
現金及び預金	2,932	1,442	▲1,490
売掛金	1,598	2,718	+1,119
棚卸資産 (注1)	1,986	2,297	+310
流動資産	6,731	6,838	+107
固定資産	1,878	1,923	+45
<b>資産 合計</b>	<b>8,609</b>	<b>8,761</b>	<b>+152</b>
流動負債 合計	3,839	4,050	+210
固定負債 合計	2,406	2,437	+31
<b>純資産 合計</b>	<b>2,363</b>	<b>2,273</b>	<b>▲89</b>

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

単位：百万円

# 売上高推移（会計期間）

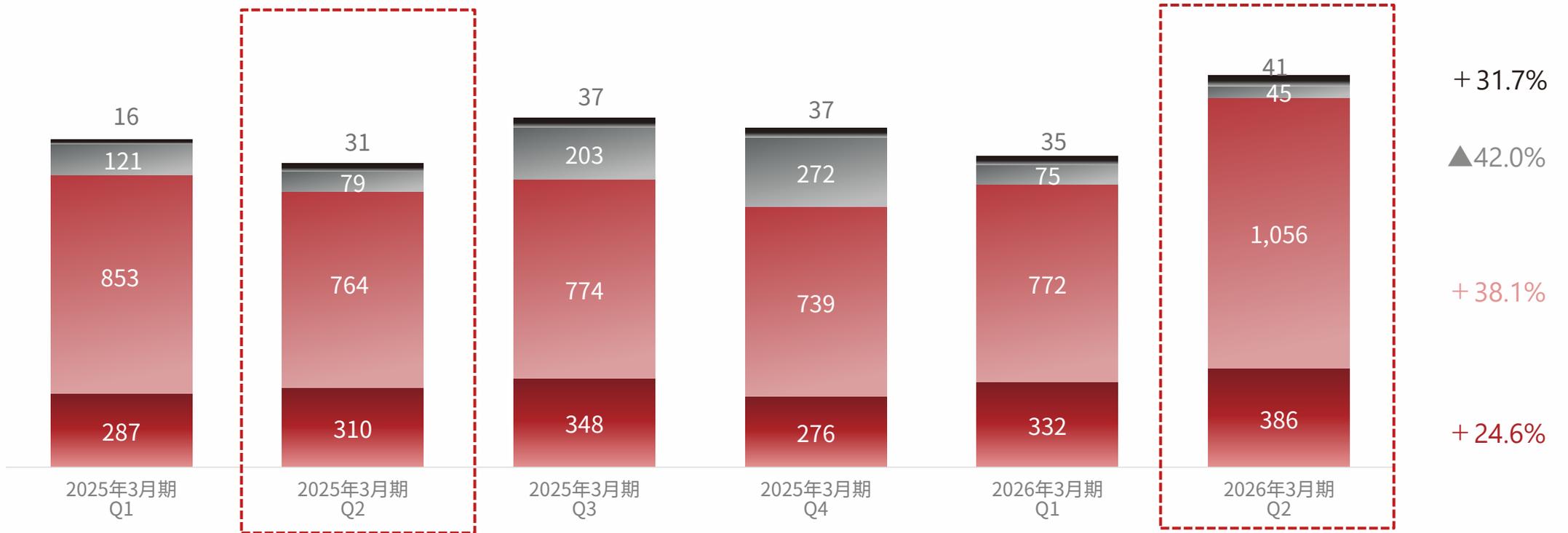


# 売上総利益推移（会計期間）

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

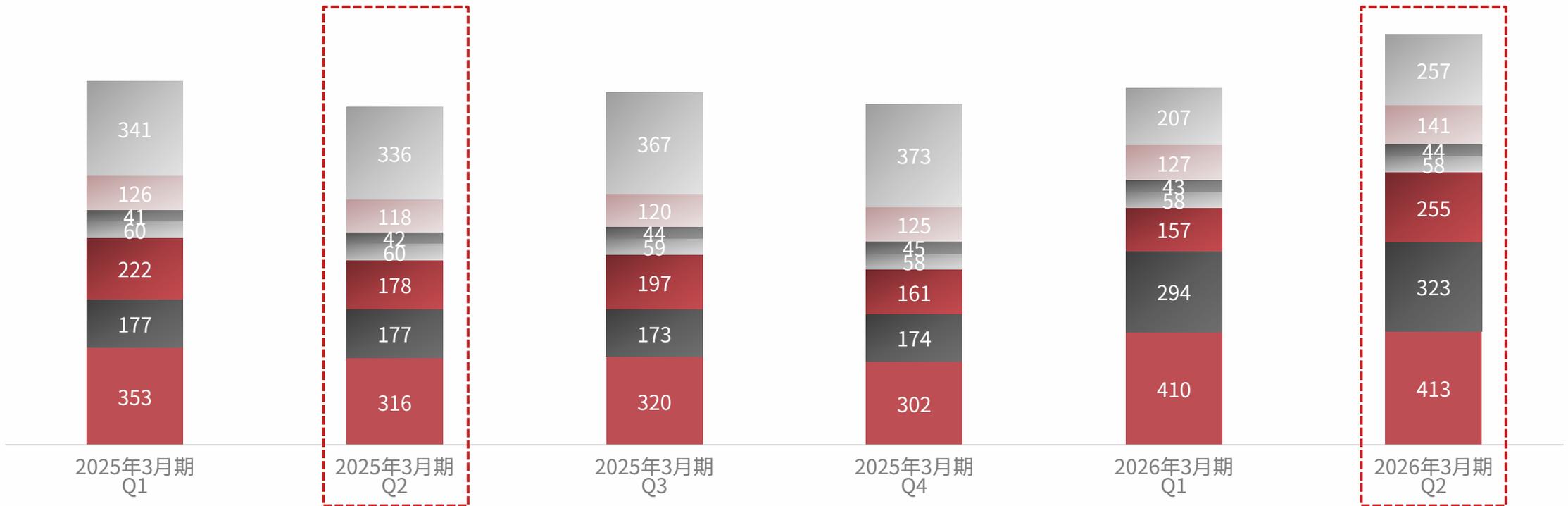
YoY



# 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

[itsumo365.co.jp/ir/](https://itsumo365.co.jp/ir/)

