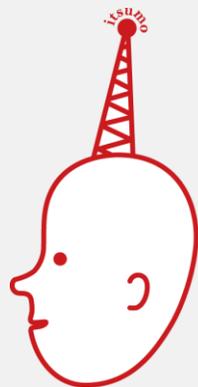


D2C.
E-commerce
Marketing
Growth potential



itsumo.

2025年 3月期 第3四半期決算説明資料

株式会社いつも [東証グロース：7694]

2025年 2月13日

CONTENTS

目次

01	2025年3月期 第3四半期連結業績	P. 4
02	サービス別報告	
	Oneコマース	P. 8
	協業ブランドパートナー	P. 11
	共創・自創バリューアップ	P. 13
	ECプラットフォーム	P. 15
03	2025年3月期 連結業績予想修正	P. 18
04	Appendix	P. 21

CONTENTS

目次

01	2025年3月期 第3四半期連結業績	P. 4
02	サービス別報告	
	Oneコマース	P. 8
	協業ブランドパートナー	P. 11
	共創・自創バリューアップ	P. 13
	ECプラットフォーム	P. 15
03	2025年3月期 連結業績予想修正	P. 18
04	Appendix	P. 21

業績ハイライト

	内容
全社	<ul style="list-style-type: none"> 売上高102.1億円（前期比+1.2%）、営業利益は▲0.1億円と増収減益で着地 協業ブランドパートナーは着実に成長した一方、Oneコマースや共創・自創バリューアップでの減収により前期比では減益
Oneコマース	<ul style="list-style-type: none"> ECマーケティングAI「いつもAI」第1弾サービスを12月にリリース。他の新規サービスの計画は遅延 売上高は21.1億円（前期比▲16.3%）、売上総利益は8.7億円（前期比▲15.1%） 上位顧客へのリソース集中の戦略を実施した結果、QoQでは売上高・売上総利益ともに改善
協業ブランドパートナー	<ul style="list-style-type: none"> 前期運用を開始した複数のブランドのほか、既存ブランドも順調に成長し、売上高は69.8億円（前期比+19.1%）と大幅に増加 売上総利益は10.9億円（前期比+4.6%）。成長投資を優先し売上総利益の増加は限定的 物流の新体制も成長に貢献
共創・自創 バリューアップ	<ul style="list-style-type: none"> 子会社ビーランは在庫調整に取り組み業績は低調に推移したが、商品MD見直し、売上に応じた生産体制の移行など構造変革では成果 KohGenDoは売上高、売上総利益ともに前期比で減少も当初計画より好調に推移 売上高は10.0億円（前期比▲36.8%）、売上総利益は1.2億円（前期比▲52.7%）
ECプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> ライブコマース（ピースユー）は、前期比で減収増益だが、大型リニューアルの結果、3Qでは過去最高の売上高を達成 中国向けコミュニティ販売プラットフォーム（ICECREAM /雪糕心品）は当初計画より遅延しており、業績寄与は来年度になる見通し

2025年3月期 第3四半期連結業績（全社）

- ・ 売上高は前期比1.2%増の102億円、売上総利益や営業利益、経常利益、当期純利益は前期比減益の着地
- ・ サービス別の詳細は次ページ以降で説明

(単位：百万円)

科目	2024年3月期 第3四半期	2025年3月期 第3四半期	増減	前期比	主な内容
売上高	10,094	10,214	+120	+1.2%	・ 協業ブランドパートナーが順調に成長し増収
売上総利益	2,420	2,173	▲246	▲10.2%	・ Oneコマース及び共創・自創バリューアップが軟調
販管費	2,157	2,182	+25	+1.2%	・ 人件費と協業ブランドパートナーの売上に応じて発生する支払手数料が増加
営業利益	262	▲9	▲272	—	
経常利益	265	▲32	▲297	—	
調整後EBITDA (注)	351	122	▲228	▲65.0%	
当期純利益	276	▲72	▲348	—	

注) 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

2025年3月期 第3四半期連結業績（サービス別）

- ・ 協業ブランドパートナーの拡大が牽引し、売上高は前期比で成長
- ・ Oneコマース及び共創・自創バリューアップの要因により売上総利益は軟調に推移

(単位：百万円)

科目		2024年3月期 第3四半期	2025年3月期 第3四半期	増減	前期比	主な内容
Oneコマース	売上高	2,521	2,110	▲410	▲16.3%	上期に発生した一部収益形態の変更と新規サービスの計画が遅延し減収
	売上総利益	1,025	870	▲154	▲15.1%	
協業ブランド パートナー	売上高	5,861	6,981	+1,120	+19.1%	新規・既存の複数ブランドの成長に伴い大幅に増加 2Qに引き続き成長投資を優先、利益面での成長は限定的
	売上総利益	1,043	1,091	+47	+4.6%	
共創・自創 バリューアップ	売上高	1,596	1,009	▲586	▲36.8%	子会社ビーランは在庫調整に取り組み業績は低調だが、 構造変革では成果 KohGenDoは台湾や中東などへの展開も開始し、 計画より好調
	売上総利益	267	126	▲140	▲52.7%	
ECプラット フォーム	売上高	115	113	▲2	▲1.8%	上期影響で減収だが、QoQでは成長 3Qでは過去最高売上高を達成
	売上総利益	84	85	+1	+1.3%	
全社	売上高	10,094	10,214	+120	+1.2%	
	売上総利益	2,420	2,173	▲246	▲10.2%	

CONTENTS

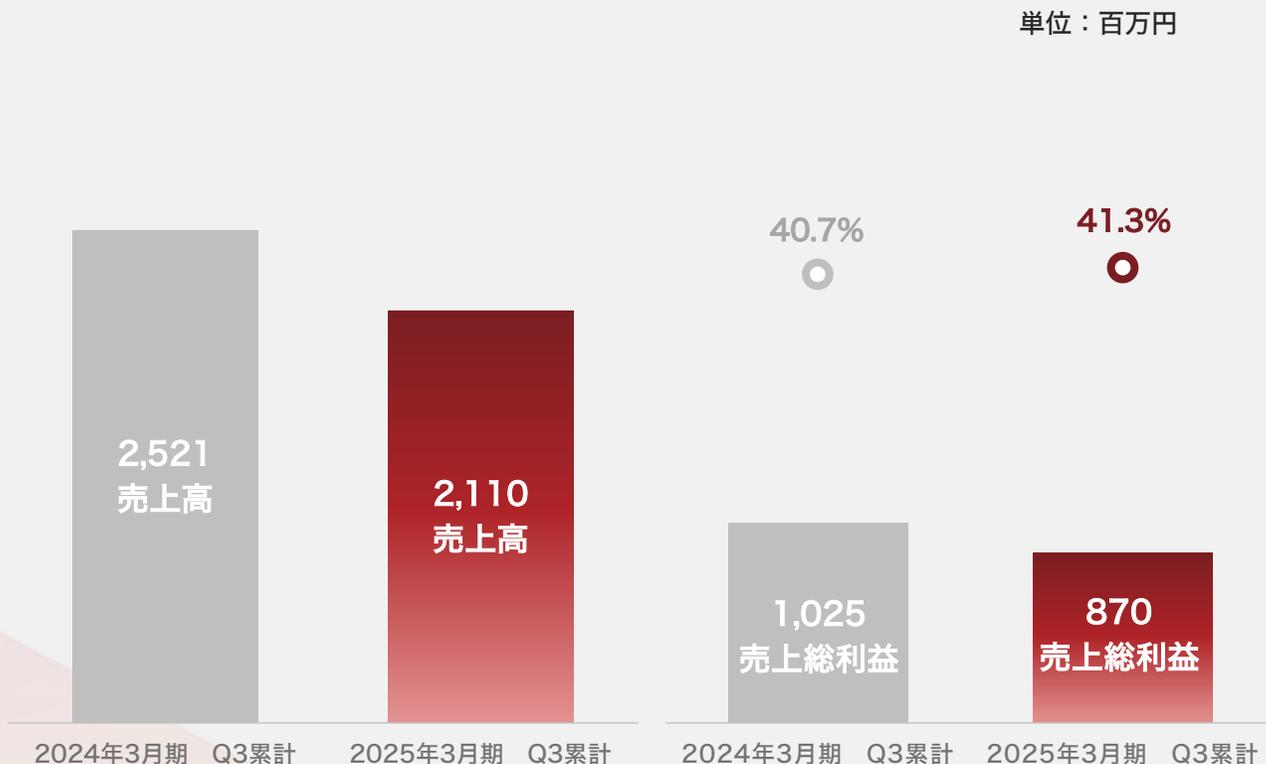
目次

01	2025年3月期 第3四半期連結業績	P. 4
02	サービス別報告	
	Oneコマース	P. 8
	協業ブランドパートナー	P. 11
	共創・自創バリューアップ	P. 13
	ECプラットフォーム	P. 15
03	2025年3月期 連結業績予想修正	P. 18
04	Appendix	P. 21

Oneコマース

- ・ ECマーケティングAI「いつもAI」第1弾サービスを12月にリリースするも、他の新規サービス開発が遅延
- ・ 上期に発生した一部顧客の収益形態の変更による影響を挽回は出来ていないものの、QoQでは売上高・売上総利益ともに改善
- ・ 引き続き顧客単価を意識した活動に注力

単位：百万円



前期業績比較

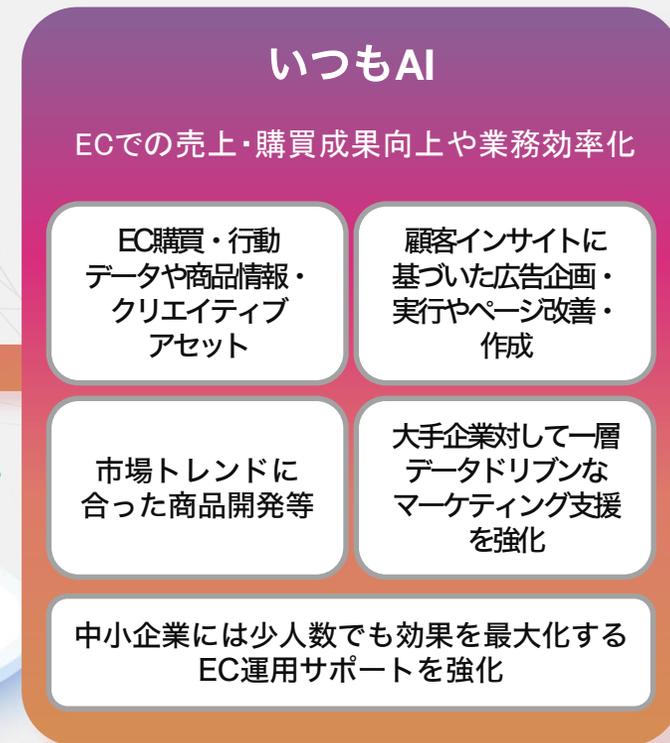
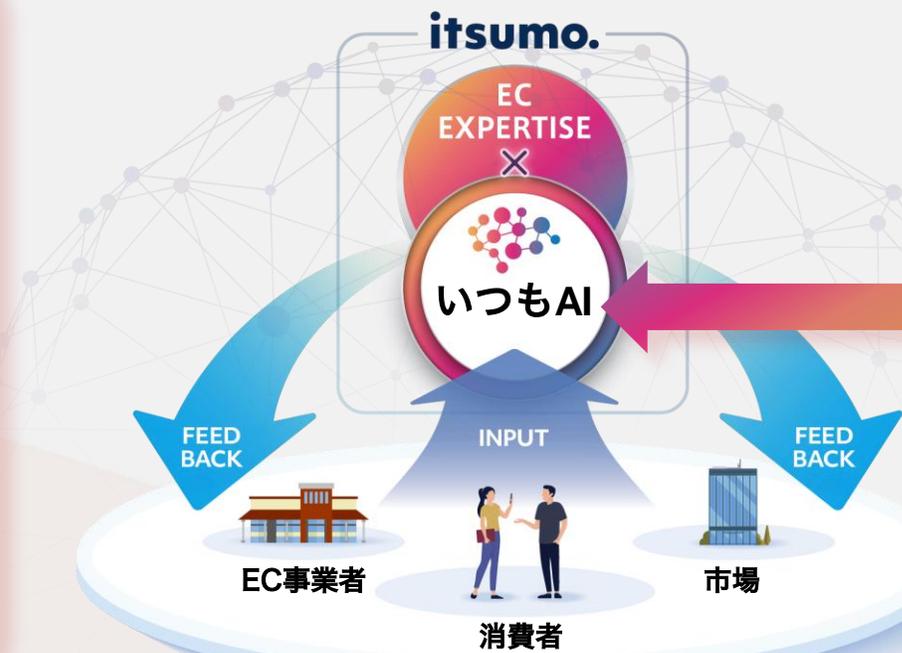
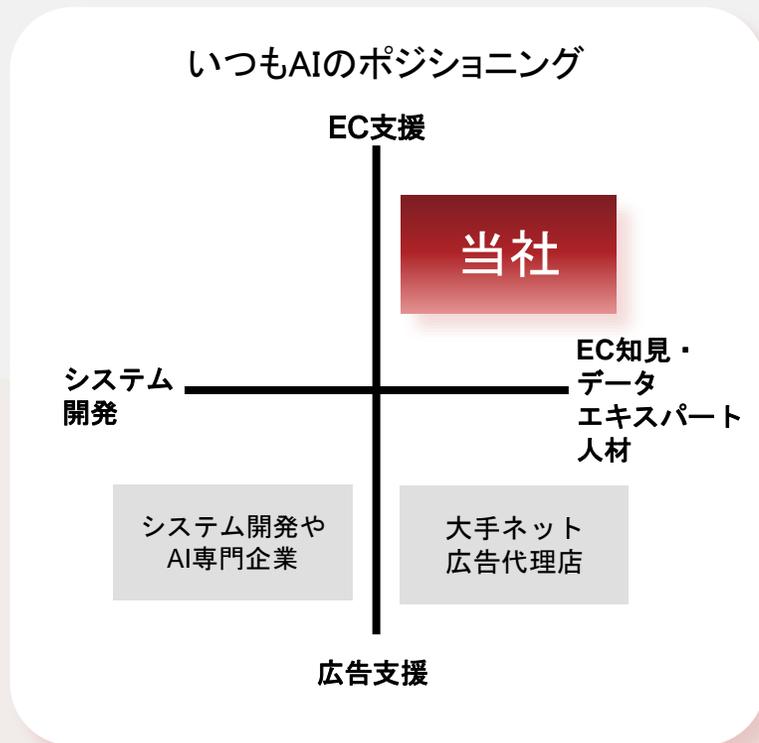
- ・ 売上高 ▲410百万円 (▲16.3%)
- ・ 売上総利益 ▲154百万円 (▲15.1%)
- ・ 売上総利益率 + 0.6 Point

取り組み

- ・ 上位顧客へリソースを集中し、1社あたり売上単価は引き続き上昇
- ・ 「いつもAI」をリリースし、サービス力強化へ
- ・ Amazon顧客向け「レベニューリカバリーサービス」の提供開始、新規顧客の増加に貢献

取組事例_ECマーケティングAI「いつもAI」

- ・ EC支援に特化したマーケティングAI「いつもAI」の第1弾サービスを12月にリリース
- ・ クロスチャネルEC（Amazon、楽天、自社サイト等）を専門的/包括的に支援できる基盤づくり
より専門的なアドバイスや実行・運用支援を通じて、ECビジネスのサービス品質向上、人材の即戦力化を通じて業績向上に貢献



取組事例_レベニューリカバリーサービス

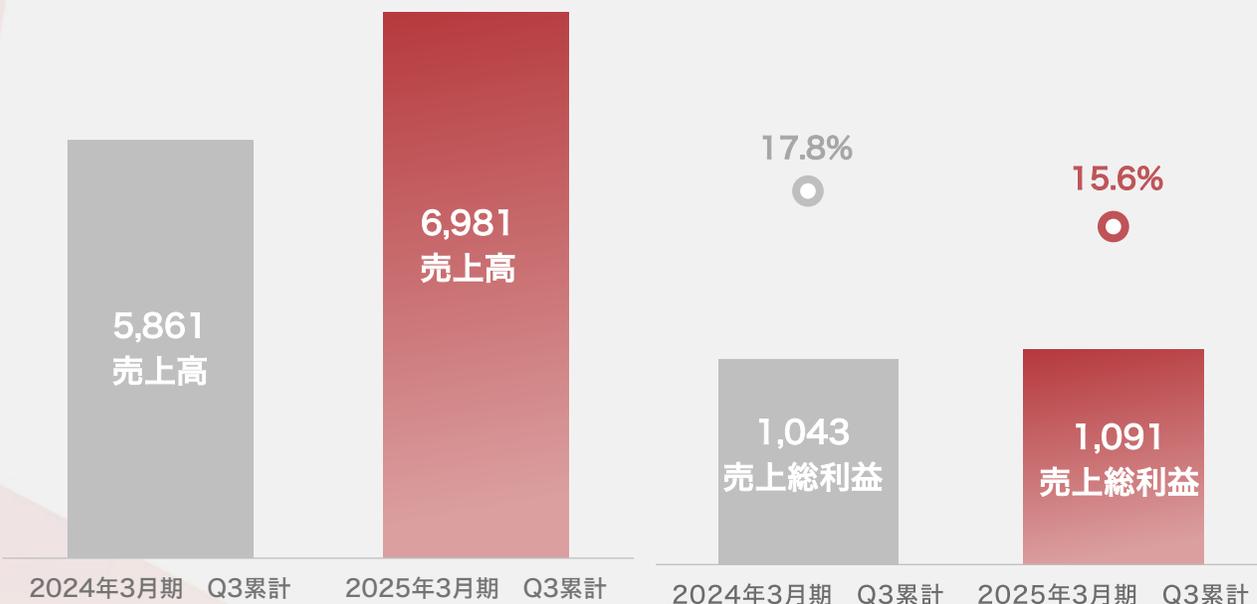
- Amazon顧客向けに、在庫分析/調査による業績向上サービスの提供を開始、新規顧客の増加に貢献



協業ブランドパートナー

- ・ 前期から運用を開始した複数のブランドのほか、既存ブランドも堅調に推移し、売上高は大きく成長
- ・ 成長投資を優先したため売上総利益の増加は限定的だったものの、物流の新体制は売上高向上に寄与

単位：百万円



前期業績比較

- ・ 売上高 +1,120百万円 (+19.1%)
- ・ 売上総利益 + 47百万円 (+4.6%)
- ・ 売上総利益率 ▲2.2 Point

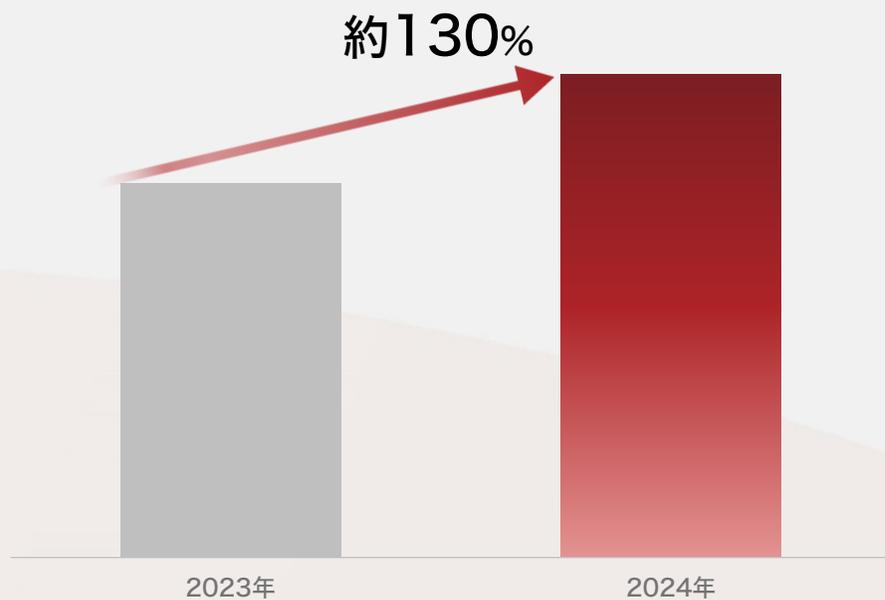
取り組み

- ・ LINEギフトなど新規チャネルへの出店を引き続き強化
- ・ ブランドファン獲得を目的にオンデマンドサービスを新規構築し、業績に貢献

取組事例_協業ブランドパートナー

- ・当社主力の既存ブランドが、前期比約130%の売上高成長を実現
- ・取引数量増加により、兵庫県尼崎市にEC物流倉庫3,000坪を増床

当社主力ブランド：前期比で約130%の売上成長



EC物流倉庫3,000坪を増床

- ・納期短縮と物流効率化を図り、国内需要への対応を強化
- ・在庫保管、梱包に加え、流通加工などの各種サービスも提供



共創・自創バリューアップ

- ・ 子会社ビーランは引き続き在庫調整に取り組んでいるため、業績は低調に推移しているがCFは改善
- ・ KohGenDoは売上高、売上総利益ともに前期比で減少も当初計画と比較して好調に推移



前期業績比較

- ・ 売上高 ▲586百万円 (▲36.8%)
- ・ 売上総利益 ▲140百万円 (▲52.7%)
- ・ 売上総利益率 ▲4.2 Point

取り組み

- ・ ビーランは商品MD見直し、売上に応じた生産体制の移行、物流倉庫の移転など構造変革を実施。
コスト削減と効率化の両面で大きく改善
- ・ KohGenDoは台湾や中東など展開エリアの拡大は
順調に進展

取組事例_Koh Gen Do

- ・化粧品ブランド「Koh Gen Do」は展開エリア拡大に伴い、前回発表時以降堅調に推移

台湾では

新光三越 **6** 店舗

ワトソンズ **21** 店舗
に展開

2024年12月アラ
ブ首長国連邦及び
オマーン向けの卸
事業を開始



新光三越台北店 beauty STAGE

Watson's台北西門門市店

ECプラットフォーム

- ・ライブコマース（ピースユー）は、前期比で減収増益だが、大型リニューアルの結果、3Qでは過去最高の売上高を達成
- ・中国向けコミュニティ販売プラットフォーム（ICECREAM /雪糕心品）は当初計画より遅延しており、業績寄与は来年度の見通し

前期業績比較

- ・ 売上高 **▲2百万円 (▲1.8%)**
- ・ 売上総利益 **+ 1百万円 (+1.3%)**
- ・ 売上総利益率 **+2.2 Point**

取り組み

- ・ ピースユーは人気ブランドや芸能人等とのコラボレーション強化を継続実施
- ・ ICECREAMはコミュニティリーダーが数千名新規加入、テスト販売は順調に推移

単位：百万円



取組事例_Peace you Live

- ・ 2024年12月にアプリの大型リニューアルを実施。システム改善により開発速度も大幅に向上
- ・ 平均客単価や1人当たりLTVも大幅に向上し、3Q売上高は過去最高を更新

アプリ大型リニューアルの主な変更点

新規購入者1人当たり12ヶ月LTV

ユーザー面

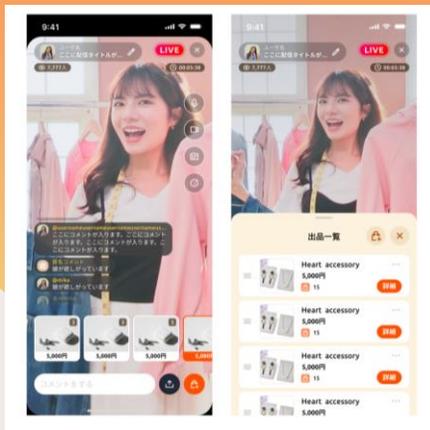
- ・ 出品が高速で可能となり、発送状況もわかりやすく変更
- ・ ホーム画面/ショップページを変更し、従来の機能性を保ちながら、各ライバーのライブ参加導線を強化



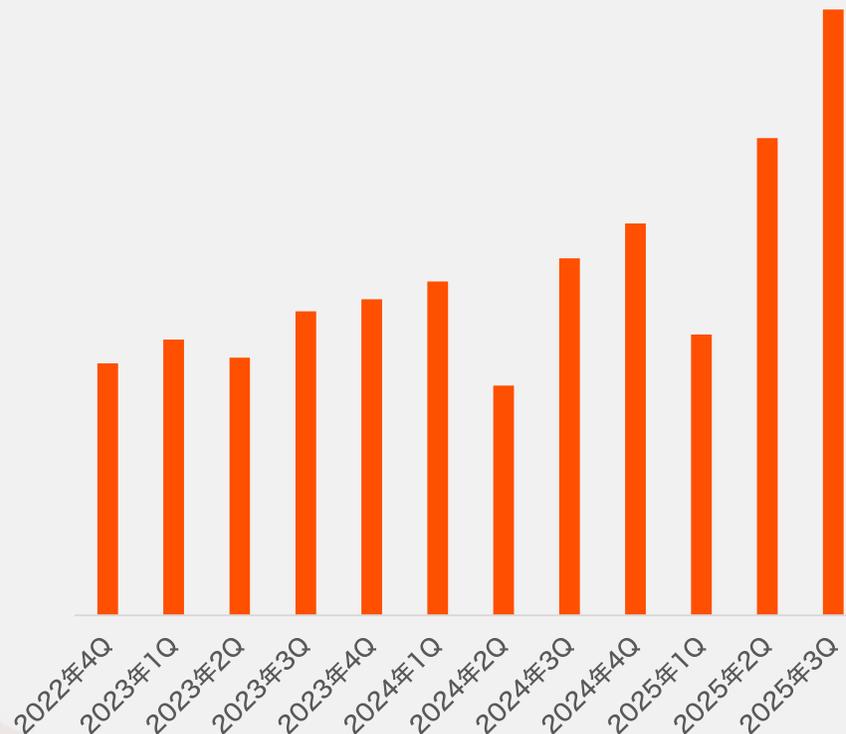
出品～取引詳細、取引メッセージ画面

システム面

- ・ ユーザー目線での使いやすさを追求しながらコスト削減を達成
- ・ エンジニアの投資効率が5分の1になり生産性が向上



ライブ閲覧から商品購入画面



※登録後12ヶ月未経過のLTVは定着率の実績を元に算出

CONTENTS

目次

01	2025年3月期 第3四半期連結業績	P. 4
02	サービス別報告	
	Oneコマース	P. 8
	協業ブランドパートナー	P. 11
	共創・自創バリューアップ	P. 13
	ECプラットフォーム	P. 15
03	2025年3月期 連結業績予想修正	P. 18
04	Appendix	P. 21

2025年3月期 連結業績予想（全社）

- ・ 2024年5月14日に公表した業績予想を下記のとおり修正

（単位：百万円）

科目	売上高	調整後EBITDA (注)	営業利益	経常利益	当期純利益
当初業績予想	15,337	512	350	310	178
今回予想	13,938	161	30	1	△69
増減額	△1,398	△351	△320	△308	△248
増減率	△9.1%	△68.6%	△91.4%	△99.5%	—

注) 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

2025年3月期 連結業績予想修正（サービス別）

- 一部サービスの計画遅延が影響し、当初計画と比較して減収減益で着地の見込

(単位：百万円)

科目		2025年3月期 前回予想	2025年3月期 今回予想	増減	前回予想比	主な変更点
Oneコマース	売上高	3,310	2,759	△551	△16.7%	12月にECマーケティングAI「いつもAI」第1弾サービスをリリースするも、他の新規サービスの計画が遅延しているため当初計画よりも減収減益で着地の見込
	売上総利益	1,630	1,187	△443	△27.2%	
協業ブランド パートナー	売上高	9,779	9,287	△491	△5.0%	新規・既存の複数ブランドの成長に伴い大幅に増加も、一部ブランドで市況による業績影響があったため、売上高、売上総利益ともに前期比で増加も当初計画と比較して軟調に推移
	売上総利益	1,557	1,406	△150	△9.7%	
共創・自創 バリューアップ	売上高	1,865	1,736	△128	△6.9%	子会社ビーランにて引き続き在庫調整に取り組んでいるため、当初計画と比較して減収減益で着地の見込
	売上総利益	375	278	△96	△25.6%	
ECプラット フォーム	売上高	382	155	△22	△59.3%	アプリ大型リニューアルが売上高、売上総利益に寄与し、前期比で増加もICECREAMのローンチ遅延が影響し当初計画と比較して減収減益にて着地の見込
	売上総利益	244	120	△123	△50.5%	
全社	売上高	15,337	13,938	△1,398	△9.1%	
	売上総利益	3,807	2,994	△813	△21.4%	

CONTENTS

目次

01	2025年3月期 第3四半期連結業績	P. 4
02	サービス別報告	
	Oneコマース	P. 8
	協業ブランドパートナー	P. 11
	共創・自創バリューアップ	P. 13
	ECプラットフォーム	P. 15
03	2025年3月期 連結業績予想修正	P. 18
04	Appendix	P. 21

連結貸借対照表

- ・2024年11月に財務基盤の安定化のため合計20億円の資金借入及び当座貸越契約を締結

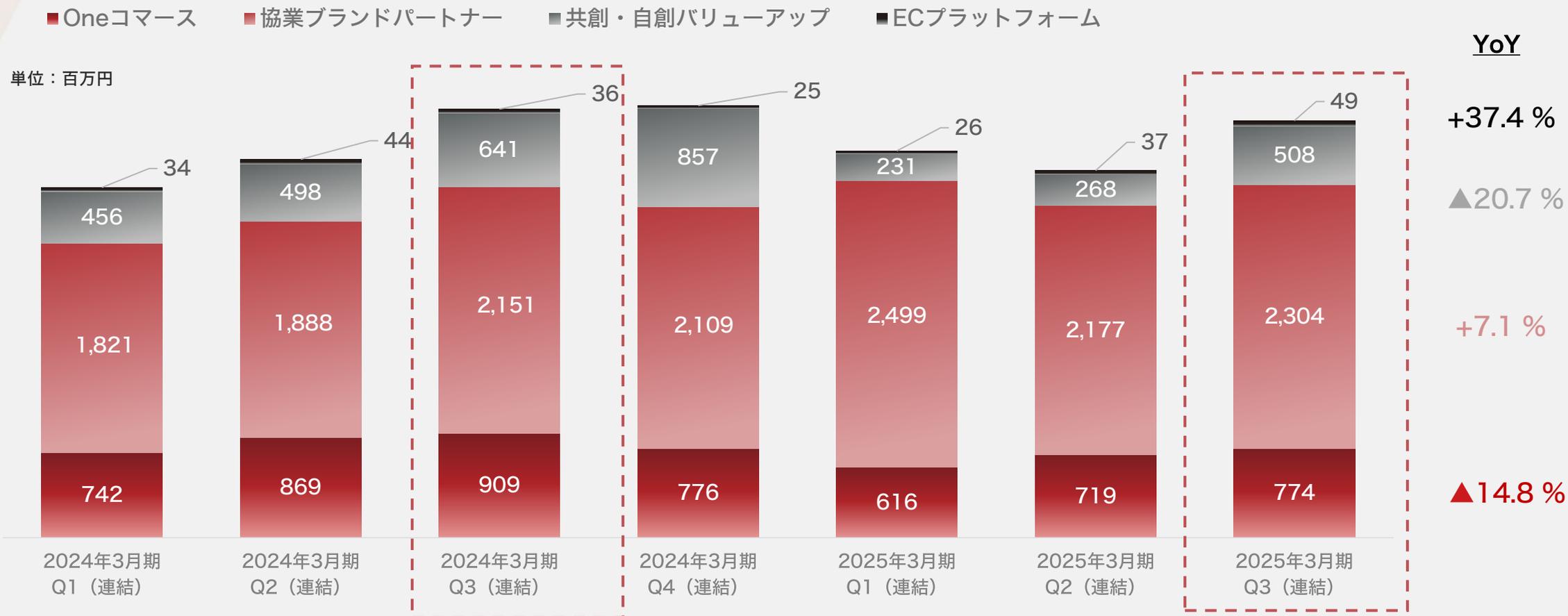
(単位：百万円)

科目	2024年3月期末	2025年3月期 第3四半期末	増減額	主な内容
現金及び預金	2,132	2,648	+515	
売掛金	1,372	1,434	+62	
棚卸資産 (注)	2,063	2,748	+684	協業ブランドパートナー事業の在庫が増加
流動資産	5,761	7,134	+1,373	
固定資産	1,660	1,934	+273	
資産 合計	7,421	9,068	+1,646	
流動負債 合計	3,317	4,002	+685	短期借入金の増加
固定負債 合計	1,657	2,680	+1,022	長期借入金の増加
純資産 合計	2,447	2,386	▲60	

注) 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。

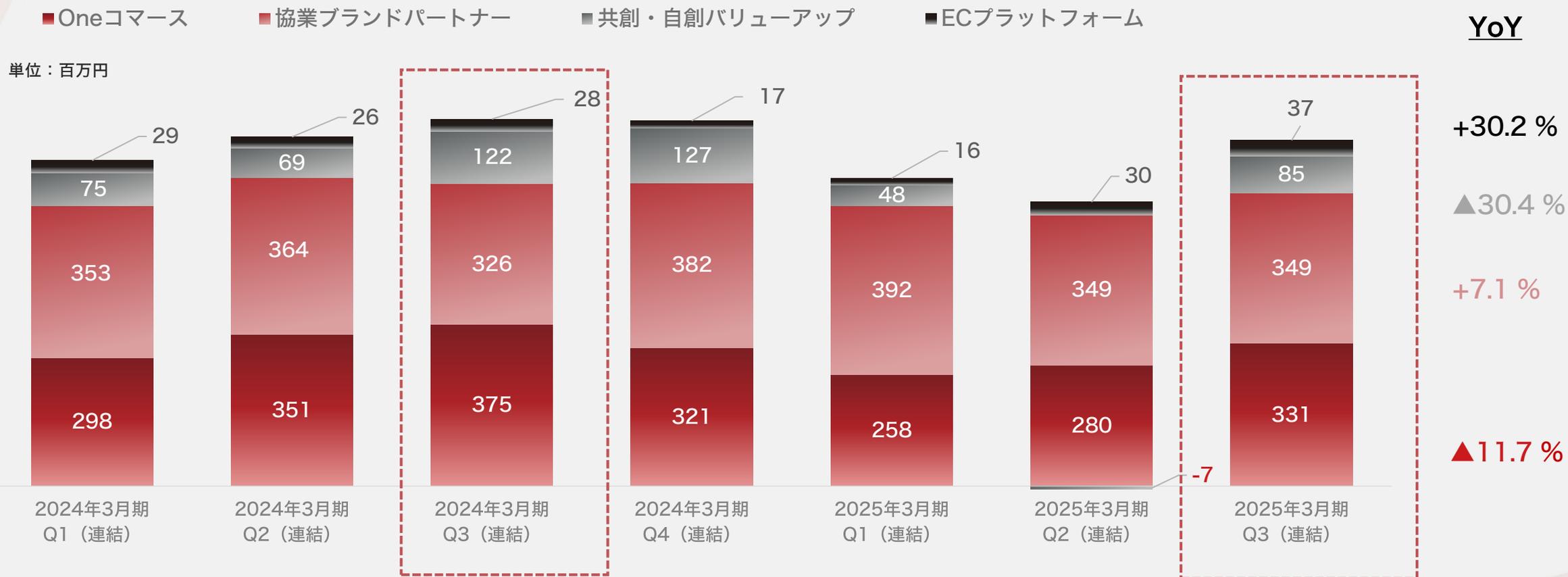
売上高推移（会計期間）

- Oneコマースや共創・自創バリューアップで減収の一方、協業ブランドパートナーやECプラットフォームで増収



売上総利益推移（会計期間）

- Oneコマース、共創・自創バリューアップでは減益、協業ブランドパートナー、ECプラットフォームでは増益

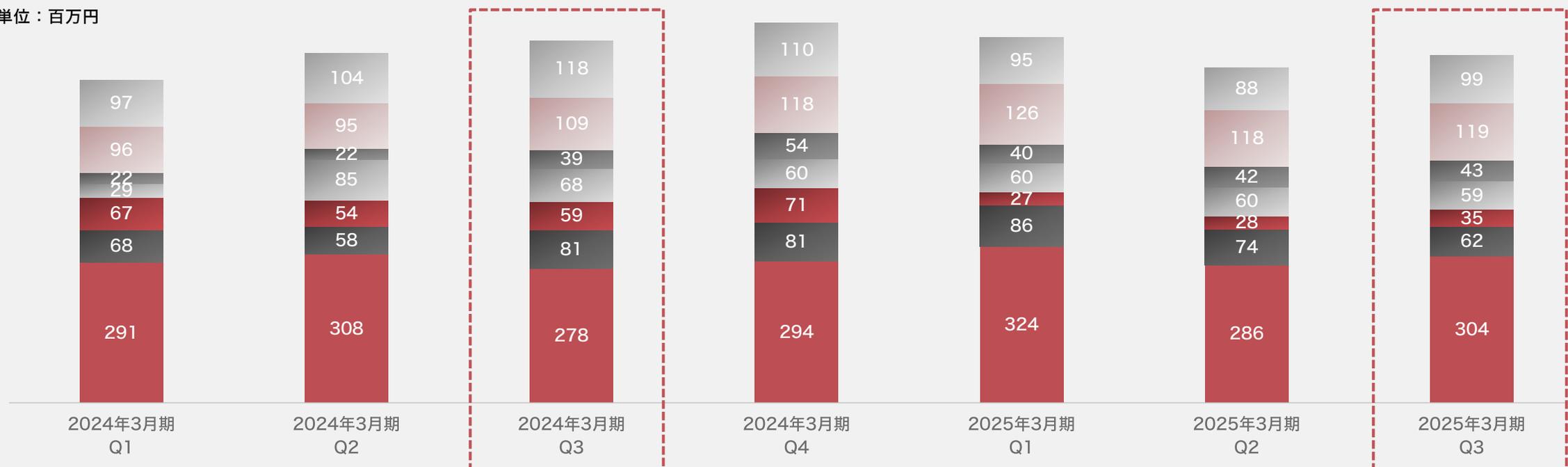


販売費及び一般管理費の推移（会計期間）

- 人件費、支払い手数料が前期と比較して増加した一方、業務委託費と広告宣伝費が減少

■ 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

単位：百万円



注1. 人件費には、賞与、採用関連費用を含む

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

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する

OUR MISSION

ミッション

日本の未来をECでつくる

いつもは「日本の未来をECでつくる」をミッションとして掲げ、
ブランド・メーカーへのEC事業総合支援及びプライベートブランド販売（D2C）といった、
法人向け・消費者向け双方へのビジネスを展開しております。

「人」と「テクノロジー」を組み合わせ、卓越した「Eコマースで売るチカラ」で
ブランドを国内外に届けるお手伝いをします。

🔍 いつも IR Search

<https://itsumo365.co.jp/ir/>

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などにより、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。