



2025年8月28日

各 位

会 社 名 株式会社いつも
代表者名 代表取締役社長 坂本 守
(コード番号：7694、東証グロース)
問合せ先 コーポレート本部
グループリーダー 石綿 誠
(TEL. 03-4580-1365)

2026年3月期第1四半期 投資家のみなさまからのご質問と当社見解

日頃より、当社に関心をお寄せいただきありがとうございます。

2025年8月14日に公表いたしました、2026年3月期第1四半期の決算及び取組み等に関して、株主・投資家の皆様からいただいた主なご質問に対する当社見解をお知らせいたします。

本開示は情報発信の強化と、株主・投資家の皆様のご理解を一層深めることを目的に、当社が自主的に実施するものであり、回答内容は開示時点での情報を記載しております。

また、回答内容については開示時点における当社の判断や見解であり、将来の事象などにより実際の結果と異なる可能性がある点、ご了承ください。

記

1. 日本版 TikTok Shop の市場規模見込みについて

TikTok Shop の 2024 年のグローバル GMV（流通取引総額）は約 326 億ドル（約 4.8 兆円）に達し、特に米国と東南アジア市場が牽引しております。2024 年の米国の GMV は約 90 億ドル（約 1.3 兆円）となり、2025 年の前半は 6 ヶ月連続で「月間 GMV10 億ドル超え」を記録し、約 2 兆円規模の市場へ急成長することが予想されております。（注 1）

さて、日本版 TikTok Shop の GMV は、初年度は数千億円、2～3 年間で約 1 兆円の成長が描ける状況であると当社は予想しております。月間 3,300 万～4,200 万人規模のユーザー基盤（TikTok Lite 含む）と、滞在時間の長さや動画アルゴリズムによる商品発見という独自の強みを持ち、SNS 起点の新たな購買体験による市場拡大が期待できます。

仮に GMV がサービス開始から 2 年で 1 兆円規模に成長した場合は、2026 年の物販 BtoC の EC 市場規模 16.3 兆円のうち、約 6%のシェアを獲得する計算（注 2）となり、国内 EC 市場を牽引してきた楽天市場や Amazon、Yahoo!ショッピングとの差は急速に縮まることとなります。当社はこの市場に向け、TikTok Shop の 3 つ全てのパートナー認定（注 3）、ソーシャルコマースに特化したクリエイター事務所の設立やロジスティクスの構築など複数のサービスをローンチし、事業拡大に向けて良い状態で取り組むことができたと考えております。

注1：MarketMaze

注2：令和6年度デジタル取引環境整備事業、電子商取引に関する市場調査

注3：TSP (TikTok Shop Partner)、CAP (Creator Agency Partner)、TAP (TikTok Affiliate Partner)

2. 協業ブランドパートナーサービスの第2四半期以降の改善状況

当第1四半期において、協業ブランドパートナーサービスは減収減益となりましたが、その主な要因は、第2四半期以降にローンチを予定している複数の新規案件に向け、ポートフォリオの組み換えを実施したためであります。成長性の低いブランドを見直す一方で、新規ブランドの立ち上げ準備や、TikTok Shopなどの新しいサービスへの成長投資を進めました。

これらの戦略的な取り組みにより、第2四半期以降は協業ブランドパートナーサービスの業績改善を見込んでおります。

3. 表示方法の変更が各サービスに与える影響について

直近における取扱いブランドの多様化及び新規ビジネスの開始、また当期に実施した組織体制の変更と、それに伴うサービス内容の検討の結果、同業他社との比較可能性を高めるため、当第1四半期より表示方法の変更を実施し、「売上原価」として計上していた費用の一部を「販売費及び一般管理費」として計上しております。

詳細については、2025年8月14日公表の「[2026年3月期第1四半期決算短信](#)」の2. 四半期連結財務諸表及び主な注記(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項(追加情報)をご参照ください。

この表示方法の変更を反映させるため、以下のとおり、2025年5月14日公表の決算説明会資料における連結業績予想についても組替えを行いました。なお、「売上原価」と「販売費及び一般管理費」の組替えのため、「売上総利益」、「販売費及び一般管理費」については数値が変動しておりますが、「営業利益」以下の各段階利益については影響ございません。

(組替後) 2026年3月期 連結業績予想

単位：百万円

科目	2026年3月期 当初計画 注2	2026年3月期 組替後計画 注3	差額
売上高	15,042	15,042	—
売上総利益	3,552	5,571	+2,019
売上総利益率	23.6%		
販売費及び一般管理費	3,297	5,316	+2,019
営業利益	254	254	—
営業利益率	1.7%	1.7%	
経常利益	225	225	—
経常利益率	1.5%	1.5%	
調整後EBITDA 注1	420	420	—
調整後EBITDA利益率	2.8%	2.8%	
当期純利益	152	152	—
当期純利益率	1.0%	1.0%	

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

2. 2025年5月14日に公表した業績予想

3. 当期より売上原価と販管費の区分を見直したため、組替えて表示しております

(組替後) 2026年3月期 サービス別 連結業績予想

単位：百万円

科目	2026年3月期 当初計画 注1	2026年3月期 組替後計画 注2	差額	
Oneコマース	売上高	2,821	2,821	—
	売上総利益	1,406	1,437	+31
協業ブランドパートナー	売上高	10,292	10,292	—
	売上総利益	1,545	3,293	+1,748
共創・自創バリューアップ	売上高	1,667	1,667	—
	売上総利益	376	617	+241
ECプラットフォーム	売上高	260	260	—
	売上総利益	224	224	—
合計	売上高	15,042	15,042	—
	売上総利益	3,552	5,571	+2,019

注1. 2025年5月14日に公表した業績予想

2. 当期より売上原価と販管費の区分を見直したため、組替えて表示しております

以上