



2026年6月5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 通期決算 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。

2026年5月14日に公表いたしました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. 2027年3月期の通期業績予想の前提と成長の確度について

当期の業績予想の策定にあたっては、「現時点で獲得が確定していない新規ブランドの案件」による売上・利益を一切含めずに算出しております。今期計画の154億円（協業ブランドパートナー事業）は、すでに稼働している既存ブランドの自然成長に加え、決算説明会資料15ページに記載の通り、「前期中に新規契約を開始し、当期中に本格稼働（通期寄与）を迎える複数ブランド」の売上をベースとして策定しております。

2. 主要子会社の構造改革の進捗とコスト削減について

前期より子会社については見直しを進め、収益改善の見込みが薄かったBAAAN等、複数の子会社について整理を行いました。

子会社（特に共創・自創バリューアップサービスを担うビーラン）の収益改善は今期の最重要事項のひとつであり、すでに抜本的な構造改革を断行しております。

具体的な進捗として、今期スタートの時点で、販管費を年間数千万円削減済みです。これに加えて、需要予測の精度向上による商品絞り込みを進めており、今期は無理な売上拡大を追わず「収支均衡」を必達目標としています。

今期は、着実に利益を創出している親会社単体の業績が、ダイレクトに連結営業利益へと反映さ

れる体制を整えております。

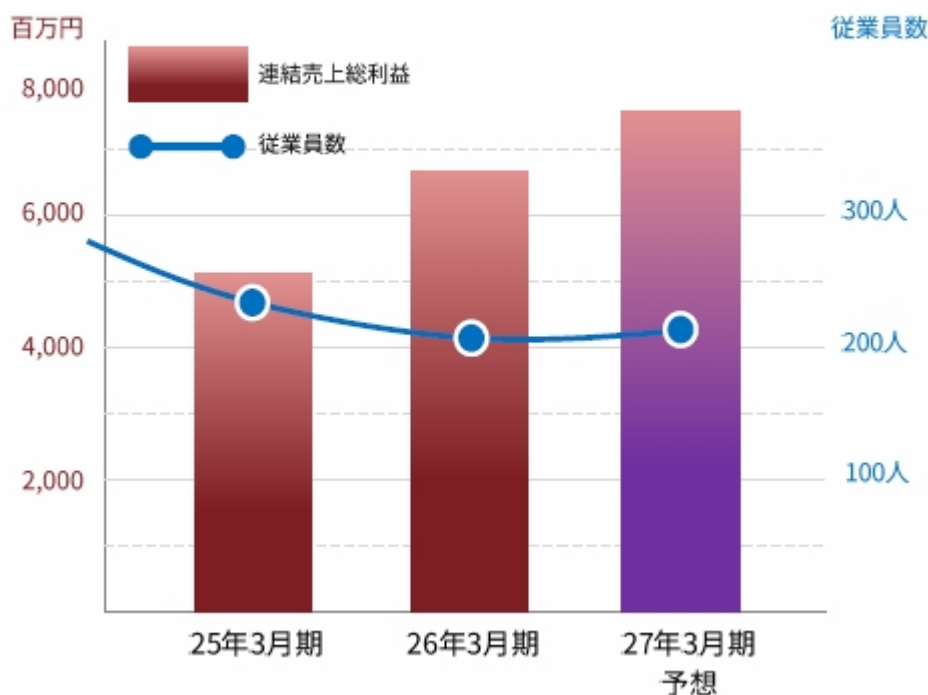
なお、親会社単体の営業利益率は足元で3%程度にとどまっておりますが、今期より始動している「いつも、TX」による業務のAI化や、グループ全体の販管費のさらなる削減・効率化を徹底して押し進めることで、今後は利益率のより一層の改善に取り組んでいきます。

3. 「いつも、TX」およびAIエージェント導入による中期的な収益性向上について

当社はすでに労働集約型から「テクノロジー型企业」への脱却を数字で実証し始めております。2026年3月期実績において、グループ全体の社員数を約11%削減させながらも、売上総利益は31%増加という高い生産性を実現いたしました。今期は、主要モール（Amazon、楽天、TikTok等）に対応した独自の「AIエージェント」の実装を順次開始し、現場の実務運用の自動化に取り組みます。これにより、今後の事業拡大に伴う人員増強を継続しつつも、それを上回るスピードで売上高・総利益を拡大できる、高効率な成長モデルを確立してまいります。

（下図は決算説明会資料24ページに掲載している、当社の「高生産性モデルによる収益成長」のトレンドグラフです。）

高生産性モデルによる収益成長



4. 協業ブランドパートナー事業における在庫（棚卸資産）の健全性について

当社のブランド投資・物販モデルは、一般的な小売・商社業とは一線を画す「低リスク・高回転」の仕組みを構築しております。当社がパートナーとして厳選しているのは、すでに世の中で認知度が高く、売れることが確定している「大手・有名ブランド」です。そのため滞留在庫になるリスクが極めて低く、当社の「iDM」やAIを活用した需要予測に基づき、仕入れおよび在庫水準を常に最適な一定水準へコントロールすることで、在庫回転期間は常に健全な水準を維持しております。さら

に、これらの有名ブランドの商品資産を当社が保有していること自体が、急成長中の TikTok 市場における有力クリエイターやインフルエンサーを惹きつける強力なフック（『あの高名な商品を自分のライブで扱わせてほしい』とライバーが自ら集まる構造）となっており、物販の資産がソーシャル販路を自動的に拡大させる良質な「成長連鎖エコシステム」を形成していきます。

以上