

TABIO CORPORATION

2024年2月期
通期決算説明資料

タビオ株式会社（証券コード：2668）

2024年4月9日

Tabio
tradition in motion



目次

- 01 事業内容**
- 02 2024年2月期 通期業績説明**
- 03 2025年2月期 連結業績予想**
- 04 2025年2月期の取り組みについて**

01

事業内容

1968年創業

靴下一筋

ファブレス企業



品質へのこだわり

検査研究に注力

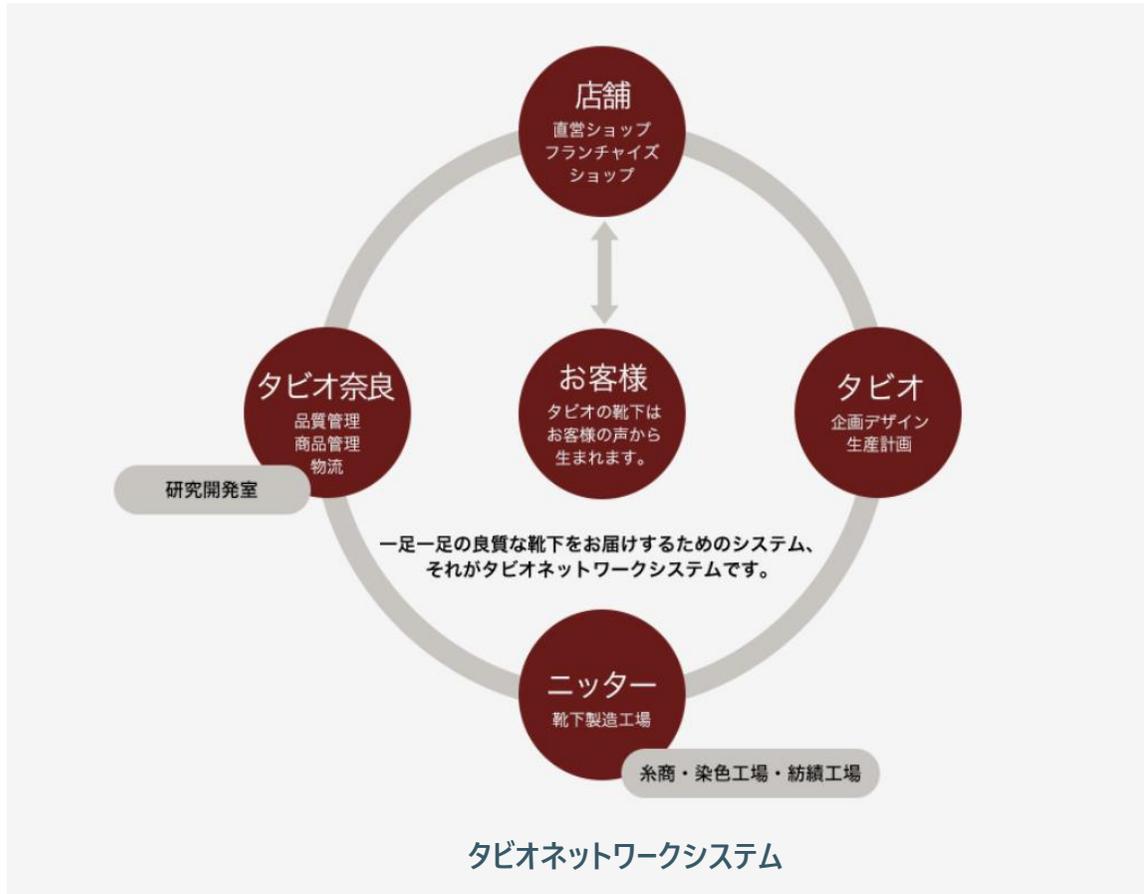
自社企画デザイン

靴下専門小売 店舗数

世界トップクラス

タビオは、靴下の企画・卸・小売にて事業展開を行っております。「靴下は消耗品」という固定観念を打ち破るべく、世界最高峰の技術と言われる日本の靴下製造技術を駆使し、本物の靴下の素晴らしさや楽しさを、日本国内に留まらず世界中に届けています。靴下専門店を多店舗展開する企業は世界でも稀有で、世界トップクラスの展開店舗数を誇ります。

「お店の隣に工場がある」ような タビオネットワークシステム



タビオでは、お客様が本当に欲しい商品をお店に在庫を残さずに提供するために、お店で売れた商品を把握し、1足単位で即座に補充する体制を築いております。

靴下製造工場（ニッター）、物流センター、店舗、そしてタビオにいたるすべての段階でお店の販売情報を共有することにより、それぞれの工程が独自に必要な素材や生産数量を判断し、キメの細かい商品フォローとスピードを実現しております。

お店からの受注を受け、原則1日もしくは2日で商品を納入。物流センターに在庫がなくても、ニッターとの連携により1週間で商品を納入しております。

また、弊社にとって一番大切な商品の品質については、関係会社であるタビオ奈良にて行われるJIS規格より厳しい品質検査を通過した商品のみが出荷される体制により担保されております。万が一、不良品が発生した際には、発生原因の究明に努めております。

社名	タビオ株式会社
創業	1968年3月
設立	1977年3月
所在地	大阪市浪速区難波中二丁目10番70号 なんばパークス内パークスタワー16F
資本金	414,789,000円（2024年2月末）
事業内容	靴下の企画・卸・小売 FC「靴下屋」の展開 直営店「靴下屋」「Tabio」「Tabio MEN」 の展開
関係会社 (持分比率)	タビオ奈良株式会社（100%）連結子会社 Tabio France S.A.S.（100%）連結子会社 踏比鷗商貿(上海)有限公司（100%）連結子会社
拠点	日本、イギリス、フランス、中国





靴下屋

カジュアルで履き心地のよいレディース靴下
タビオのスタンダードブランド



Tabio

洗練された品のある大人の女性をターゲット
にしたプレミアムブランド



Tabio MEN

ドレス、トラッド、カジュアル、3つの
カテゴリーからなるメンズブランド



「無理なく足元を綺麗に」をコンセプトに
開発された機能性レッグブランド



「どこか上品でキュートな子ども靴下」を
コンセプトにスタートしたキッズブランド



/// TABIO

ランニング、フットボール、ベースボール、バス
ケットボール、ゴルフなどのスポーツブランド

02

2024年2月期 通期業績説明

売上高、営業利益、経常利益、当期純利益において、前年実績及び計画を上回りました。

売上高

16,220 百万円

前年同期比

+ 6.3%

営業利益

598 百万円

前年同期比

+ 17.9%

経常利益

621 百万円

前年同期比

+ 17.4%

当期純利益

469 百万円

前年同期比

+ 102.0%

業績概況

- インバンドの増加やSNSを活用したマーケティング強化により、店頭販売が回復し、前年同期比で増収増益を達成。

外部環境

- 訪日外国人観光客数の増加に伴い、インバウンド需要も増加。
- 下半期においては、暖冬により秋冬物商品が苦戦したものの、売上高は前年を超過。

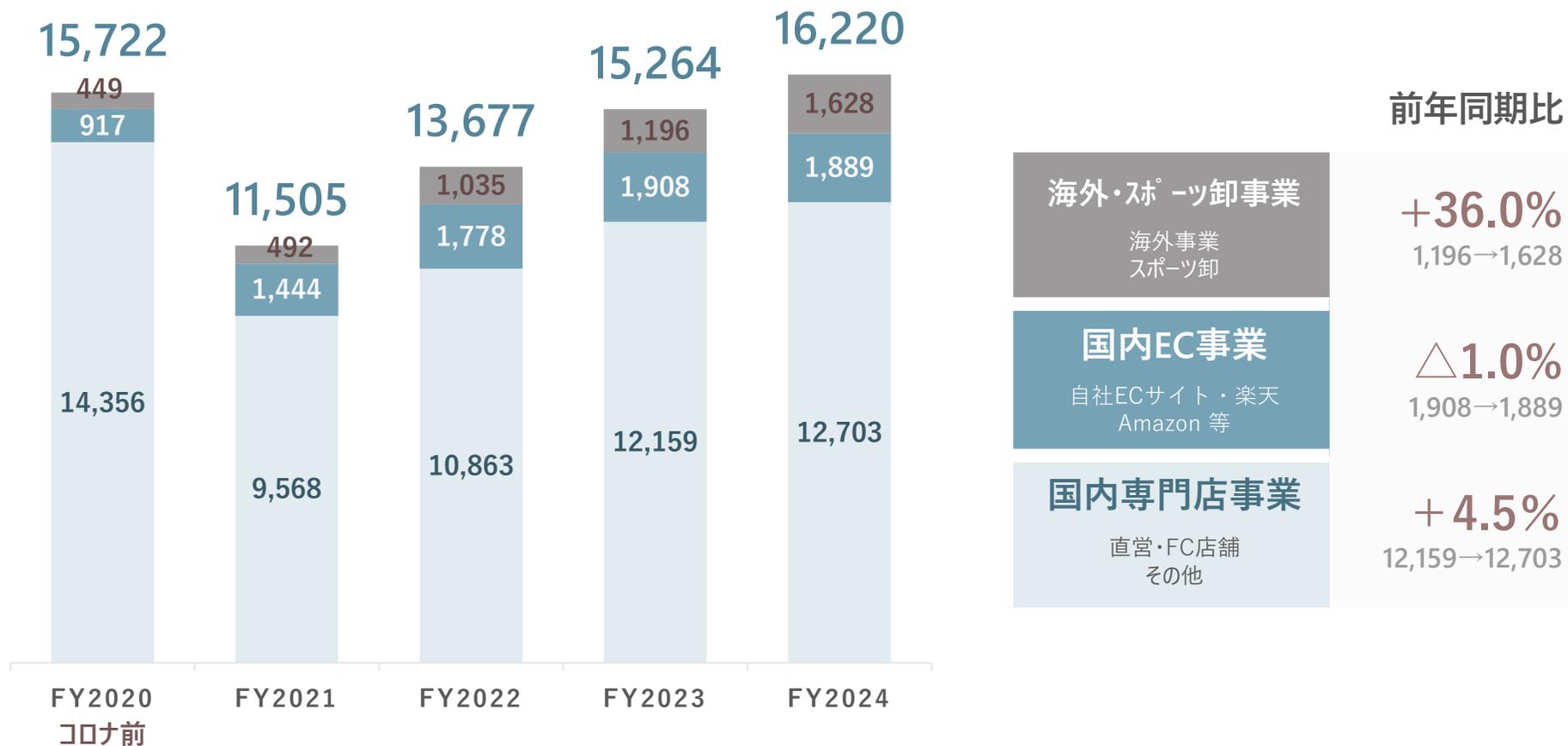
収益情報については、販売経路に基づき以下のように区分しております。



売上高の推移

国内専門店事業は、インバウンド需要及び値上げ効果に伴い引き続き売上拡大。
海外・スポーツ卸事業は、中国におけるゼロコロナ政策終了後の経済回復により大きく増収。

単位：百万円



国内専門店事業 既存店売上高 2020年2月期対比

2022年10月の入国規制の緩和以降、インバウンド売上が円安も相まって月ごとに増加。
下半期は高い気温の影響を受け伸び率は低下。

FY2020年（コロナ前）の各月を100として比較



※1 既存店（直営店+FC店）の国内店頭売上 ※2 業績には季節的変動があります。

売上総利益率の推移

前年同期比では、国内専門店事業の粗利率が改善したものの、海外・スポーツ卸事業の粗利率の低下により、全社での粗利率は0.1ポイント低下。

65.3% 64.6% 64.2%

国内EC事業

56.2% 56.6% 56.5%

55.0% 55.6% 56.1%

連結全社合計

国内専門店事業

52.6% 53.2% 51.4%

海外・スポーツ卸事業

FY2022

FY2023

FY2024

国内EC事業

クーポンによる販売促進や売上構成比の高いスポーツ商品について、商品原価率が上昇したために粗利率が低下

国内専門店事業

次ページにて、直営及びFCに分けて詳細に説明

海外・スポーツ卸事業

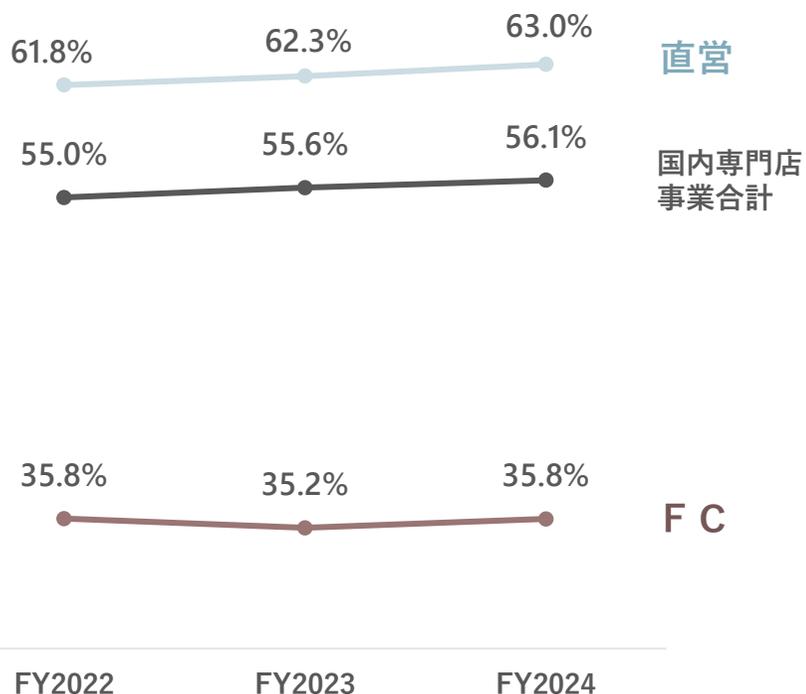
・中国事業の売上が大幅に増加したことにより、粗利率の低い卸売上比率が拡大し、粗利率は低下

・スポーツ商品の商品原価率が上昇

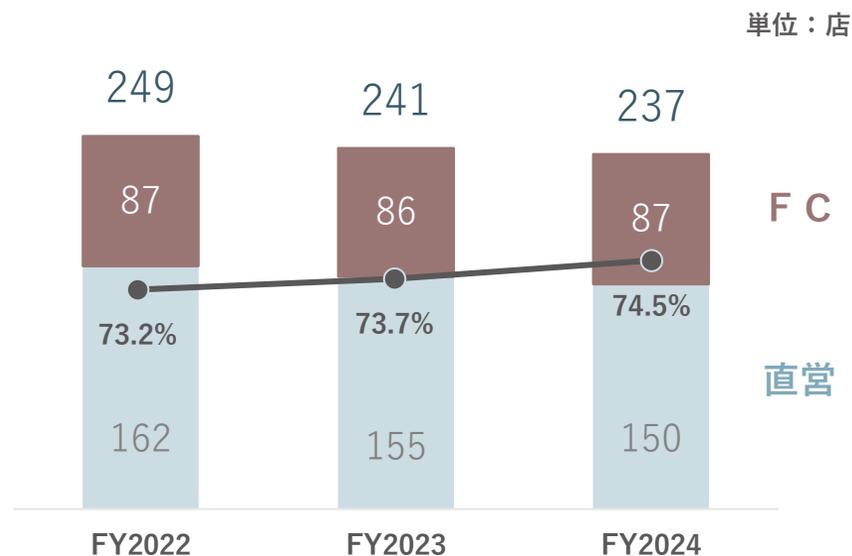
国内専門店事業 売上総利益率

直営店及びFC店ともに粗利率の低い低価格帯商品の売上構成比が下がったことや、直営店売上比率の上昇等により全体の粗利率は0.5ポイント改善。

国内専門店事業 業態別売上総利益率推移



国内専門店店舗数推移及び直営店売上比率



小売業の直営店と卸売業のFC店で売上総利益率に大きな開きがあるために、国内専門店事業に占める直営店売上比率の変動があると国内専門店事業合計の売上総利益率に影響を及ぼします。

販売費及び一般管理費

販管費比率は、売上増加に伴い前年同期比で改善。賞与支給額の増加に伴い人件費が増加。運営代行店舗の増加に伴い支払手数料が増加。

単位：百万円

	FY2023	FY2024	前年同期比	
			増減/売上比Pt差	
販売管理費 合計	8,125	8,574	449	5.5%
売上比	53.2%	52.9%	△0.4pt	
人件費	3,503	3,673	169	4.8%
売上比	23.0%	22.6%	△0.3pt	
家賃	1,634	1,672	38	2.4%
売上比	10.7%	10.3%	△0.4pt	
支払手数料	866	968	101	11.8%
売上比	5.7%	6.0%	0.3pt	
宣伝販促費	397	492	94	23.9%
売上比	2.6%	3.0%	0.4pt	
減価償却費	248	246	△1	△0.5%
売上比	1.6%	1.5%	△0.1pt	
その他	1,474	1,520	45	3.1%
売上比	9.7%	9.4%	△0.3pt	

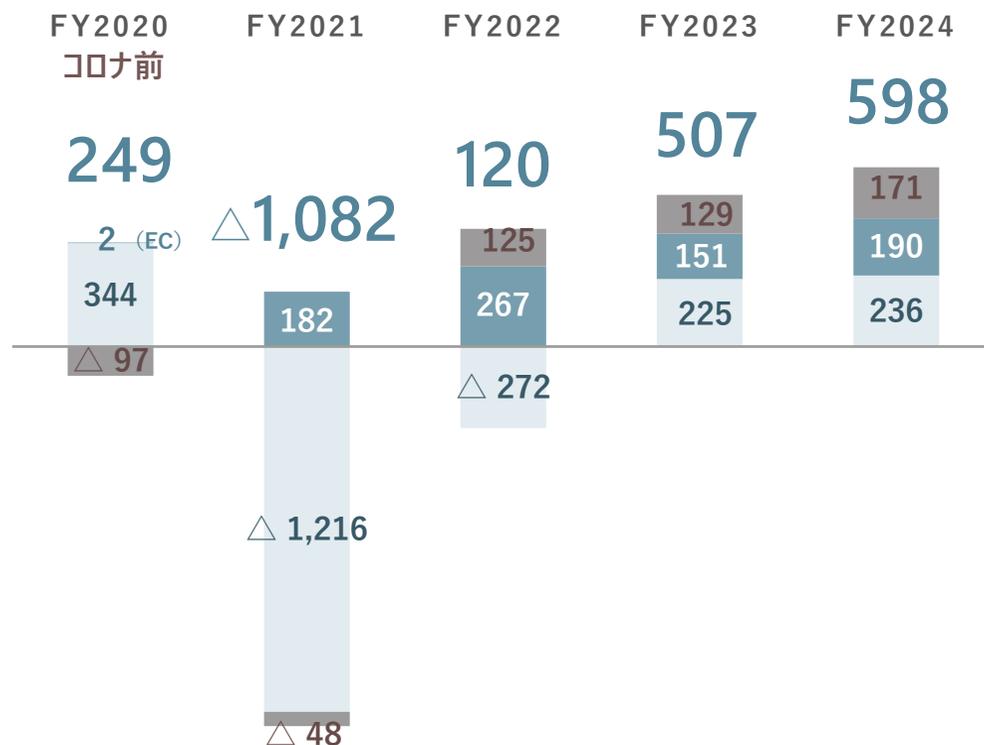
営業利益の推移

国内専門店事業については、既存店売上高の増加に伴い営業利益が回復。

国内EC事業は、減収となるもコスト見直し等により増益を確保。

海外・スポーツ卸事業については、中国事業が大きく売上を伸ばしたことにより増益。

単位：百万円



前年同期比

海外・スポーツ卸事業 海外事業 スポーツ卸	+32.5% 129→171
国内EC事業 自社ECサイト・楽天 Amazon等	+25.3% 151→190
国内専門店事業 直営・FC店舗 その他	+4.6% 225→236

単位：百万円

	2023年2月末	2024年2月末	対前期末比 増減額
総資産	7,733	7,680	△53
流動資産	4,095	3,315	△780
固定資産	3,638	4,365	+726
流動負債	2,373	2,297	△76
固定負債	1,341	911	△430
純資産	4,019	4,471	+452

[資産] 物流センター近隣の土地として419百万円、資本業務提携及び運用を目的とした投資有価証券として411百万円増加により、固定資産が増加し、流動資産が減少。

[負債] 長期借入金の返済及び年金資産の増加により、固定負債が減少。

出退店の状況

2024年2月期末の店舗数は、271店舗。
次期の店舗数は、5店舗純増の276店舗を計画。

	2022年 2月末 店舗数	2023年 2月末 店舗数	23年3月～24年2月 実績		2024年 2月末 実績 店舗数	24年3月～25年2月 計画		2025年 2月末 計画 店舗数
			出店	退店		出店	退店	
連結 合計	277	273	13	15	271	14	9	276
日本国内 合計	249	241	8	12	237	6	9	234
直営	162	155	5	10	150	3	6	147
FC	87	86	3	2	87	3	3	87
欧州 <small>(※1)</small>	4	4	0	0	4	0	0	4
直営								
東アジア <small>(※2)</small>	24	28	5	3	30	8	0	38
FC								

(※1) イギリス・フランス

(※2) 中国・韓国

03

2025年2月期 連結業績予想

売上高は前期比 2.1%増。営業利益は前期比 14.3%増を計画。
1株当たり配当金は年間30円の見込み。

単位：百万円

	2025年2月期	前期比
売上高	16,561	+ 2.1%
営業利益	684	+ 14.3%
経常利益	689	+ 10.9%
当期純利益	510	+ 8.7%

EPS
75.04円

期末配当
30円

04

2025年2月期 の 取り組みについて

- 2022年10月の入国規制の緩和以降、中国人訪日客を除き、インバウンド需要は大幅に回復。
- 商品調達コストの高騰で価格改定が相次いだものの、インバウンドにも支えられ、衣料品の国内消費は強含みで推移。
- 新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行などを背景とする人流の店舗回帰で、ECと併せたOMOの真価が問われることに。
- SNS社会を背景にした瞬発的な需要の高まりと、国内生産基盤の脆弱化というミスマッチ状況がさらに進行。
- SNSでのダイレクトな繋がりが、従来では考えられなかったような提携やコラボ案件など、新たなビジネス機会を創出。

生産戦略	適切在庫確保に向けた生産戦略
国内EC	国内EC売上伸長の施策
NAIGAI×TABIO	株式会社ナイガイと資本業務提携契約を締結
レディース商品	木村カエラさんが「靴下屋」「Tabio」のアンバサダーに就任
メンズ商品	メンズ売上の中期目標 メンズ売上拡大施策 (実施例)
スポーツ商品	タビオスポーツの売上構成 FCバルセロナとライセンス契約を締結
海外戦略	海外事業 エリアの拡大 (香港) 海外事業 (中国大陸)
インバウンド戦略	インバウンド需要の取り込み
TABIO'S COTTON	靴下を種から育てる「TABIO'S COTTON」

コロナ禍を経て、靴下を編立後の工程で人手不足が恒常化。FY2024、生産体制強化に取り組んだものの一部の人気商品で在庫不足が発生。販売機会を逃さぬよう、更に踏み込んだ生産戦略を実施。

定番・売れ筋商品



一定の需要、予測可能。

生産の微調整は必要だが、必要生産数の先読みがある程度可能。シーズン立ち上がり生産を従来よりも早期化し、販売機会の喪失を回避するための適切な在庫水準を維持。在庫不足が発生している人気商品については、生産数を平準化することで対応。

新商品・トレンド商品



需要数は、未知数。

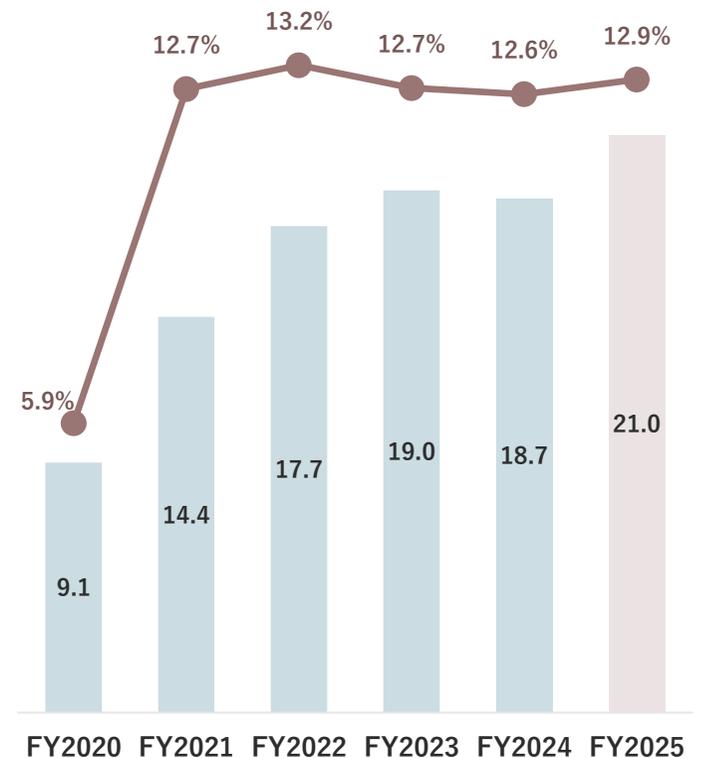
トレンドの変動に迅速に対応するため、新商品の生産開始はシーズン直前やシーズン中に設定。売上の動向を見ながら生産量を柔軟に調整。SNSでのヒット商品に対して、国内生産の迅速な対応能力を最大限に駆使します。

FY2024に国内EC売上を大きく伸長させるべく、各施策に取り組みます。

- FY2025の国内EC売上は21億円を計画。
- 売れ筋商品の在庫切れによる販売機会ロスを減らします。
- 各種SNSの更新頻度を更に上げることで、新規顧客を獲得します。
- 自社ECサイトの検索性能を強化し、購入者数の増加を図ります。
- 楽天やAmazonなどの各マーケットプレイスに適したウェブサイト作りに注力します。



国内EC売上高とEC比率



株式会社ナイガイと資本業務提携契約を締結



高品質な靴下に価値を見出す両社は、シナジー効果が期待される事業領域でそれぞれの販売力、企画力、生産力、技術力などを提供し合い、両社、ひいては国内靴下産業全体の発展にも資すると判断し、2023年10月31日、相互に株式の保有を行う資本業務提携契約を締結致しました。

資本提携の内容（保有割合※）

〈タビオ〉 ナイガイの普通株式 815,000株取得（9.96%）

〈ナイガイ〉 タビオの普通株式 100,000株取得（1.47%）

※2024年1月末現在 自己株式を除く発行済株式総数に対する割合

主な業務提携の対象

- 靴下ブランド協業型 OMO 事業の開発
- ブランドのクロスセルによる販売強化
- 中国製ジャパंकオリティ靴下による中国事業の拡大
- 最高級ゴム糸「NDX」の利用・浸透拡大
- 原材料統合によるコストダウン





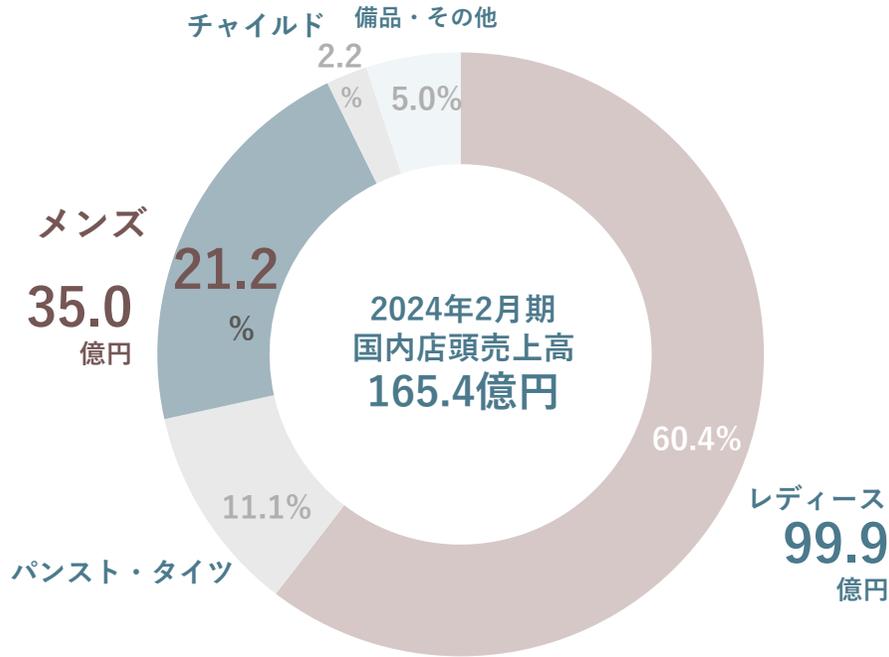
アーティスト・木村カエラさんがアンバサダーに就任

“靴下好き”を公言するカエラさんと共に、靴下の魅力を配信。

2024年1月11日(木)より、1年を通じて、カエラさんが持つファッション性とポップでカラフルな印象を感じさせる、ビジュアル&ショートムービーをおおよそ月1回のペースで公開。また、限定コラボソックスの販売も予定しています。

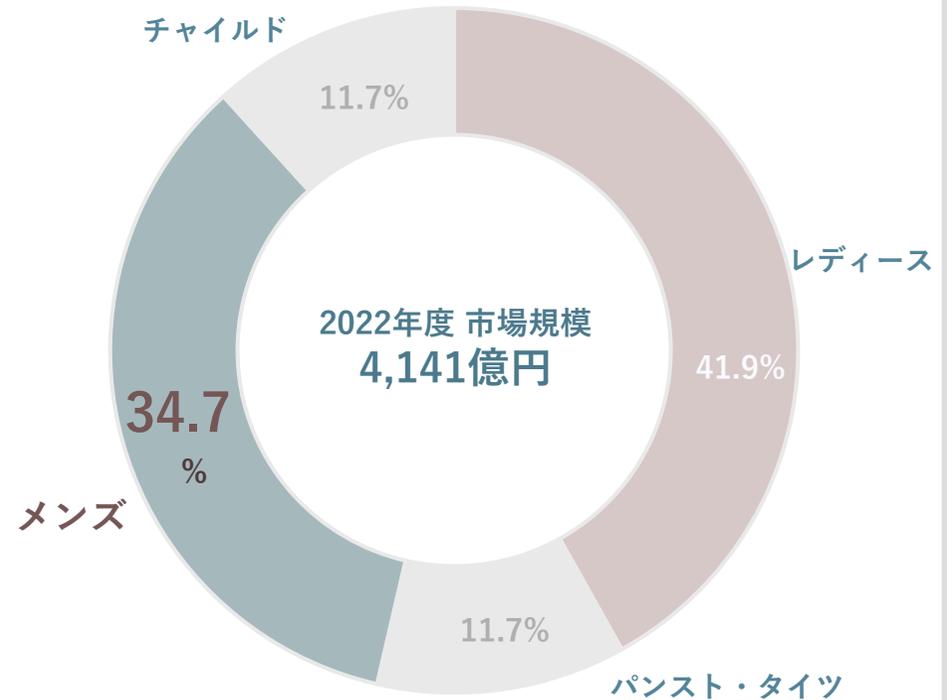
当社メンズ構成比は**21.2%**と国内靴下市場メンズ構成比**34.7%**に比べ低く、**伸びしろがあります**。メンズをレディースと並ぶ柱にすべく、2024年2月期店頭売上ベースで**約35億円**のメンズ売上を48期は40億円で、中期で**50億円**にすることを目指します。

当社 国内店頭売上構成比



国内店頭売上高は、直営店とフランチャイズ店およびEC小売の合計

国内靴下市場構成比



国内靴下市場構成は総務省家計調査(世帯当たり靴下購入額)を参考に当社推定値で表示

幅広い年代層とニーズに対応できるよう、カジュアルで「見易い」「選び易い」メンズ売り場モデルを取入れた改装例。リニューアルや展開方法変更をした店舗のメンズ売上伸長率は、好調。

カジュアル商品展開の比率を高める



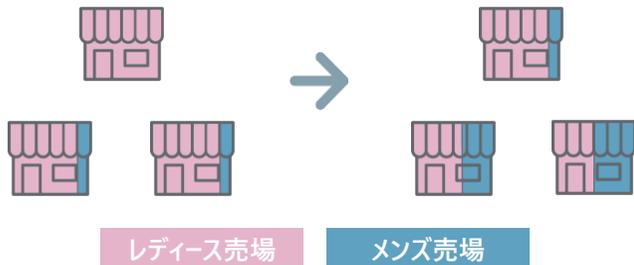
カジュアル

ビジネス

※カジュアルにはスポーツ商品を含みます。

幅広い年代層とニーズに対応

モデル店舗に基づいたメンズ売場を拡大



レディース売場

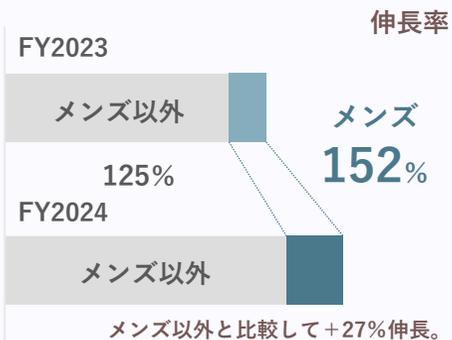
メンズ売場

靴下屋 ルミネ新宿店

2023年9月増床移転リニューアル



リニューアル後売上高 (9~2月)



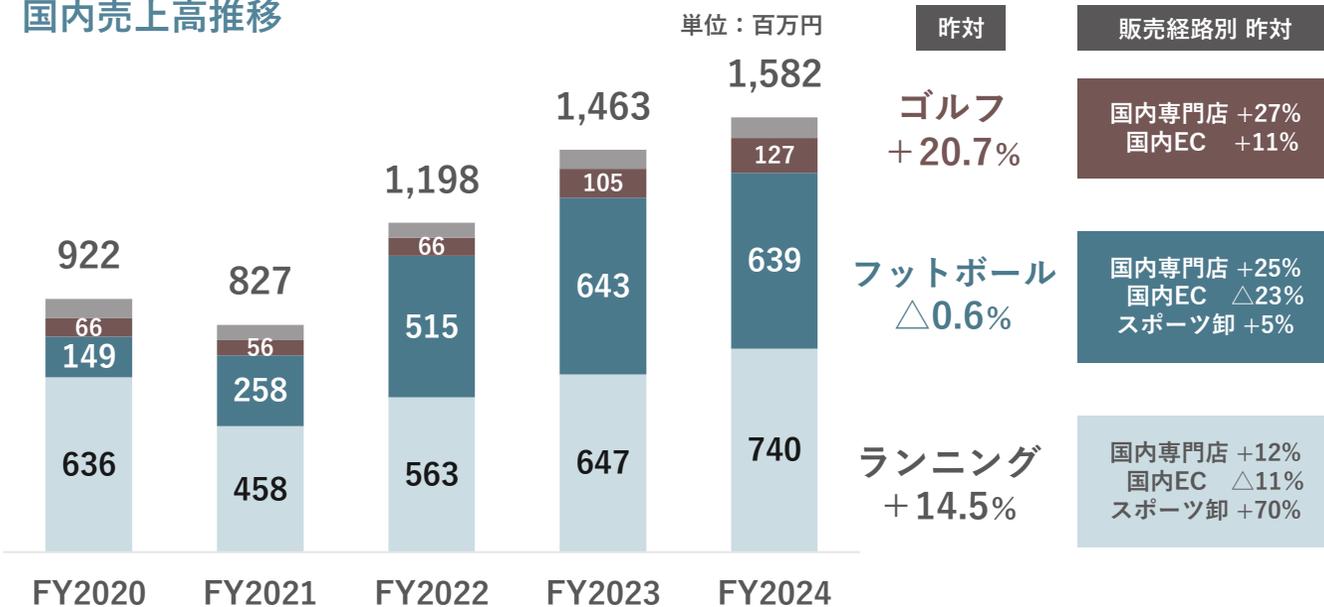


タビオスポーツ
FY2024国内売上
1,582百万円
(前年比 108.1%)

2006年に生まれたタビオスポーツは、ランニング専用ソックス「レーシングランシリーズ」を中心に、フットボール、ゴルフ、ベースボール、バスケットボールと各競技に特化した専門性の高い商品を展開。

国内専門店事業およびスポーツ卸事業ではランニングソックスが、EC事業では、ゴルフが伸長。48期は、ランニング・フットボール商品の生産能力を更に上げ、ベースボール商品の展開店舗を増やすことで、売上拡大を図ります。

国内売上高推移





スペインの名門サッカーチーム「FCバルセロナ」とライセンス契約を締結

スペインの名門サッカーチーム「FCバルセロナ」と2026年10月までの3年間にわたるライセンス契約を締結いたしました。

今春から、カジュアル靴下10型とフットボールソックス1型を国内、中国の実店舗およびオンラインストアで展開予定です。

この新たな取り組みが、今後の事業拡大に寄与することを期待しております。

2023年12月14日、香港の海港城（ハーバーシティ）にTabio香港1号店を、FC店として出店。FY2024の店頭売上は好調。「香港海港城店」を足がかりに、香港での多店舗化を目指します。



店舗概要

店名

Tabio香港海港城店

所在地

地:香港行政特別区九龍尖沙咀廣東道 3-27 号香港
海港城 2F 2119

取扱商品

レディース靴下・メンズ靴下・TABIO SPORTS

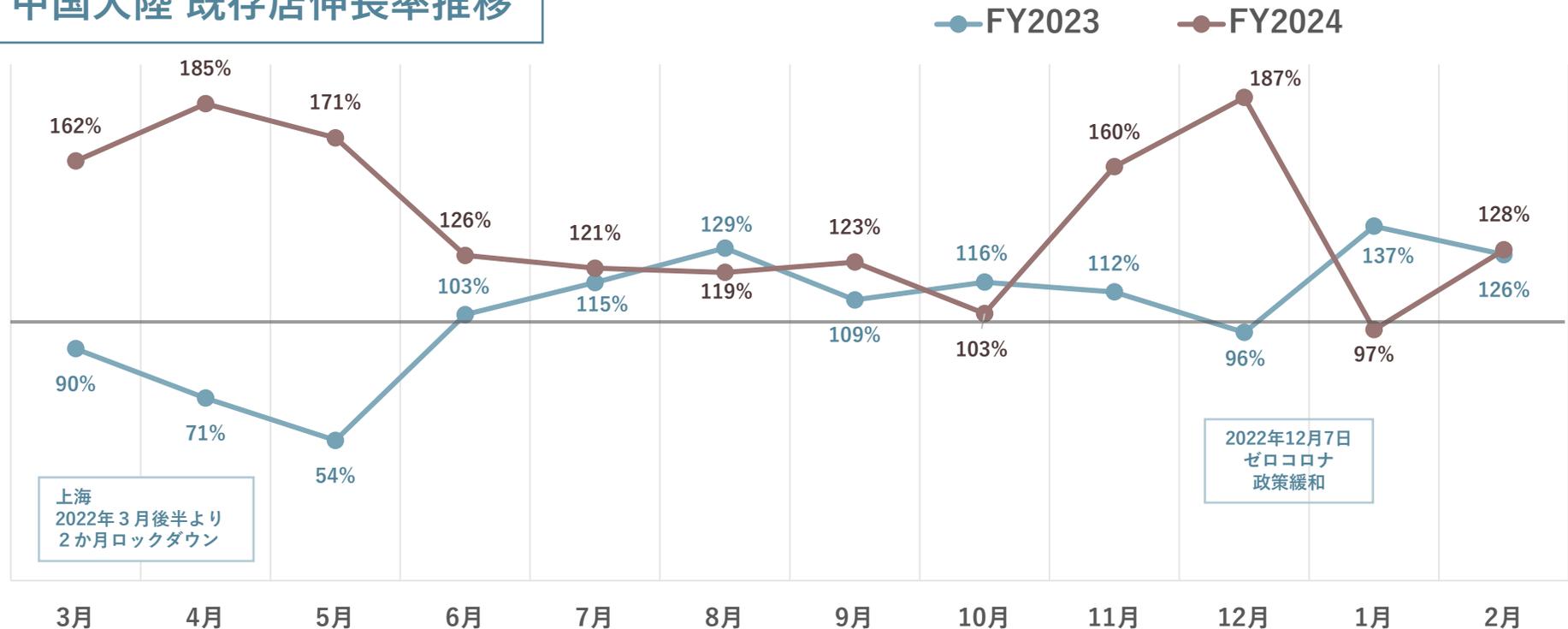
ロケーション

海港城（ハーバーシティ）は、香港の中で最大級のショッピングモールで、ゲートウェイ、オーシャンセンター、オーシャンターミナル、マルコポーロ香港ホテルアーケード、スターアナックスの5セクションで構成されており、400軒以上のショップと80軒を超えるレストランを有する香港で最も賑わいのある場所に位置しています。



FY2024中国大陸の売上は好調。来期は、ナイガイの上海拠点を経由した中国製ジャパंकオリティ靴下の生産を開始。また、現地の協力工場での生産量も更に増やし、需要に合わせた地産地消の体制を整えます。

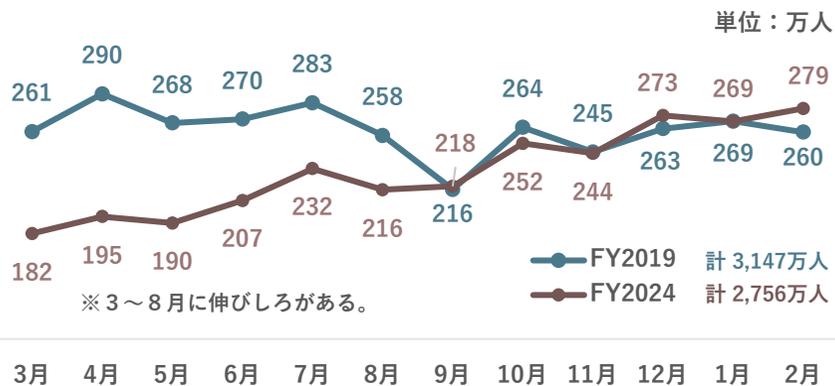
中国大陸 既存店伸長率推移



- 中国大陸事業を重要な成長戦略の一つと位置付け。
- 中国現地のお客様向けの商品の生産体制の拡大を図る。

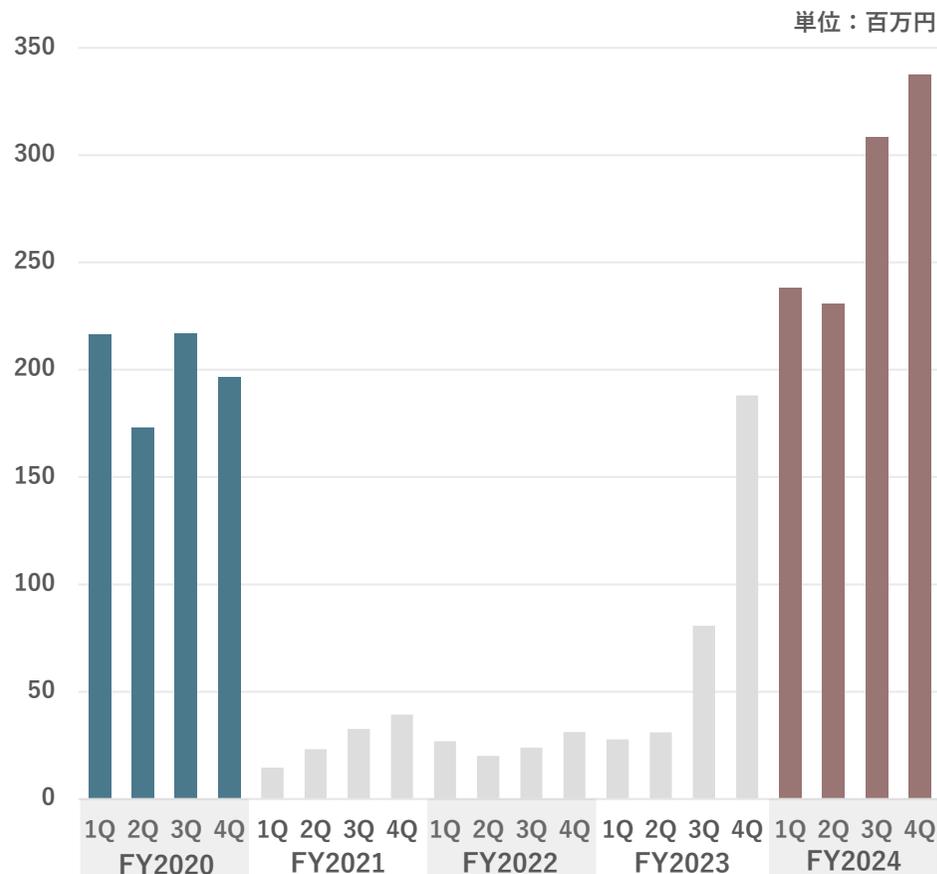
FY2024のインバウンド需要は、コロナ前を大きく超える水準まで回復。回復途上にある中国からの訪日者増により、FY2025上期のインバウンド売上の前年対比は、増えることが見込まれる。

訪日外国人推移 コロナ前比較



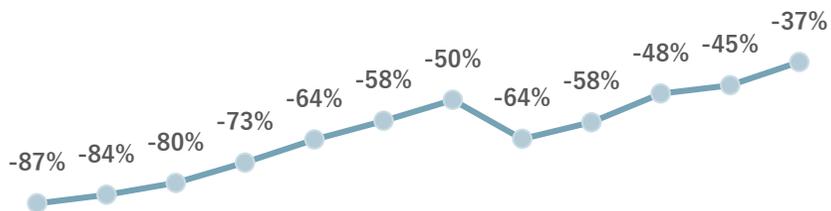
* 2024年3月20日現在、日本政府観光局の訪日外客統計データより作成。

外国人顧客による店頭売上高



* 当社レジシステムにて把握しうる店舗における外国人顧客による売上データを使用。

中国からの訪日外国人数伸長率 (FY2019比)



* 2024年3月20日現在、日本政府観光局の訪日外客統計データより作成。



靴下を種から育てる

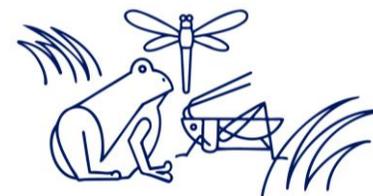
奈良県広陵町の休耕地を活用して
種から綿花を育てます。



追い求めた履き心地

「しなやかで強く 柔らかい肌触り」
シルクのような光沢を持ちカシミアのように優しい
創業者の越智直正が追い求めた
美しくて優しい履き心地。

それを叶えたのが繊維長35mmを超える
シーアイランドコットン種でした。



共生と品質

タビオの綿花畑に一步足を踏み入れると、
カエルやコオロギが元気よく跳ねトンボが集
まります。

自然を分け合うことで調和が生まれ、綿花も
無農薬で育てます。

また、タビオの綿花は天候のままに自然と枯
れるのを待ちます。

のびのびとすくすく育った綿は、年々繊維が
伸び続け品質が向上していきます。





本資料に含まれる当社の計画、見通し、戦略などのうち、過去の歴史的事実以外のものは、当社の将来の見通しに関する表明であり、当社の経営陣が現在入手可能な情報・仮定および判断に基づいて作成しており、さまざまリスクや不確定な要因を含んでいます。実際の業績は経済情勢、業界の動向等にかかわるリスクや天変地異などの不確定要因により、これら将来の予測情報とは大きく異なる場合があります。