

TABIO CORPORATION

2025年2月期
第1四半期決算説明資料

タビオ株式会社（証券コード：2668）

2024年7月9日

Tabio
tradition in motion



目次

01 事業内容

02 2025年2月期 1Q 業績説明

03 2025年2月期 連結業績予想

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

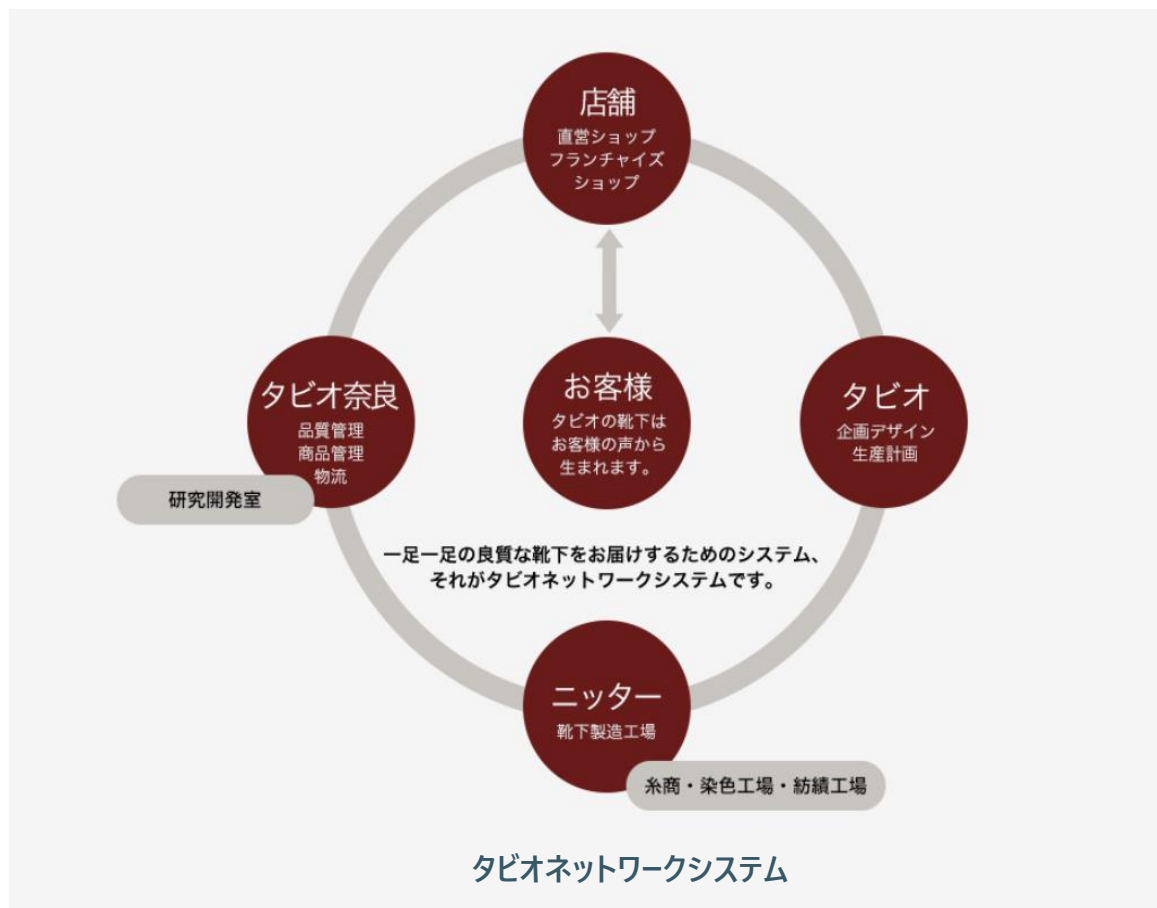
自社企画デザイン

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5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



Tabio leg|labo Beauty & Health

「ムリなく足もとをキレイに」をコンセプト
に開発された機能性レッグブランド



maison peca Produced by Tabio

「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

2025年2月期 1Q業績説明

2025年2月期 1Q業績ハイライト

売上高は、前年実績を上回ったものの、宣伝販促費と店舗リニューアルによる減価償却費の増加等で営業利益が減少。各段階利益は、前年実績を下回ったものの、計画は上回りました。

売上高

4,234 百万円

前年同期比

+4.9%

営業利益

281 百万円

前年同期比

△2.1%

経常利益

287 百万円

前年同期比

△2.0%

当期純利益

175 百万円

前年同期比

△28.7%

外部環境

- 訪日外国人観光客数の増加に伴い、引き続きインバウンド需要が増加。
- 原材料価格の高騰や円安が続く為替相場の影響により、物価上昇。

業績概況

- 中国の代理商への商品全般の販売とスポーツ卸先へのフットボール商品販売が好調。
- 都市部はインバウンド増加により売上が好調に推移するものの、地方ではインフレに伴う値上げで売上減少。
- 取締役および監査役の退任に伴い、特別功労金を支払ったため、当期純利益が前年同期比で減少。

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

海外事業は中国でのEC販売が好調で、スポーツ卸事業はサッカー商品の販売が大幅に増加。
国内EC事業については、前年の反動により増収基調。

単位：百万円

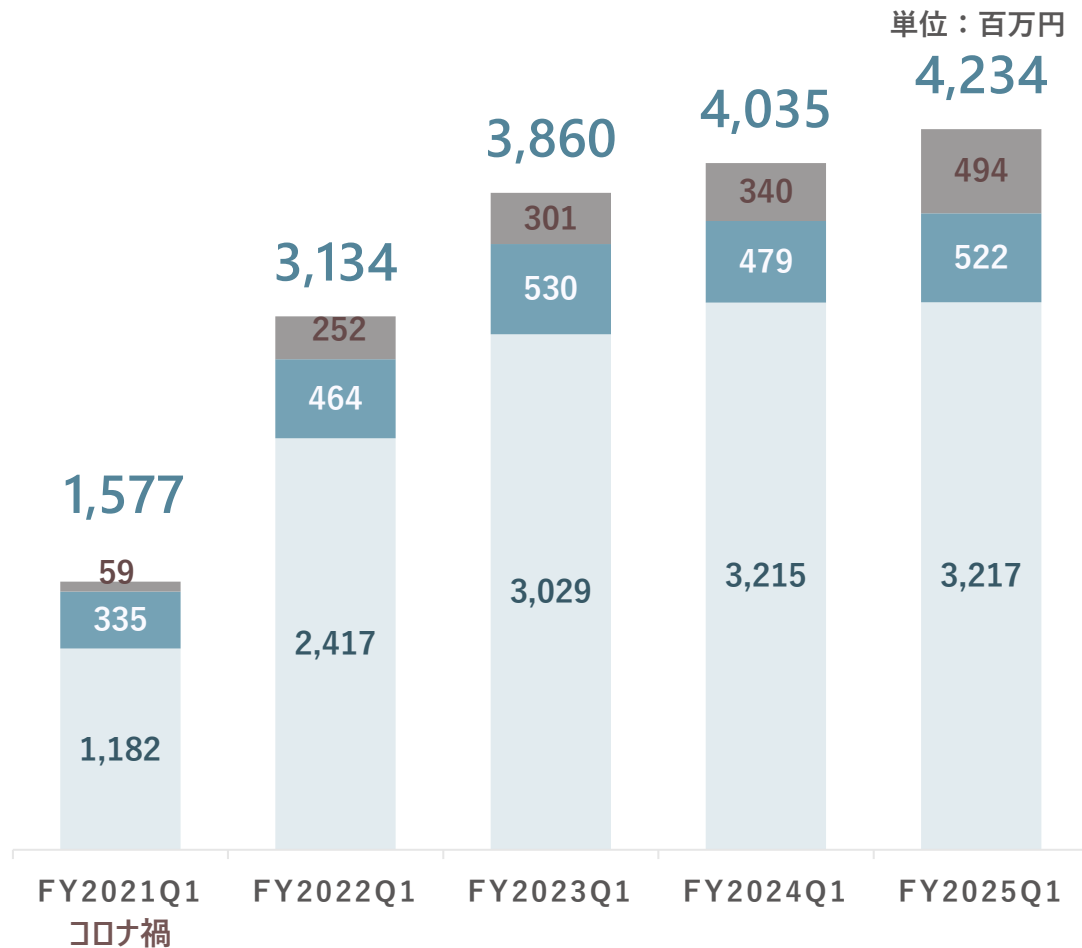
4,234

4,035

3,860

3,134

1,577



前年同期比

海外・スポーツ卸事業

海外事業
スポーツ卸

+45.3%

340→494

国内EC事業

自社ECサイト・楽天
Amazon等

+9.0%

479→522

国内専門店事業

直営・FC店舗
その他

+0.1%

3,215→3,217

国内月次売上高 前期比（既存店、EC）

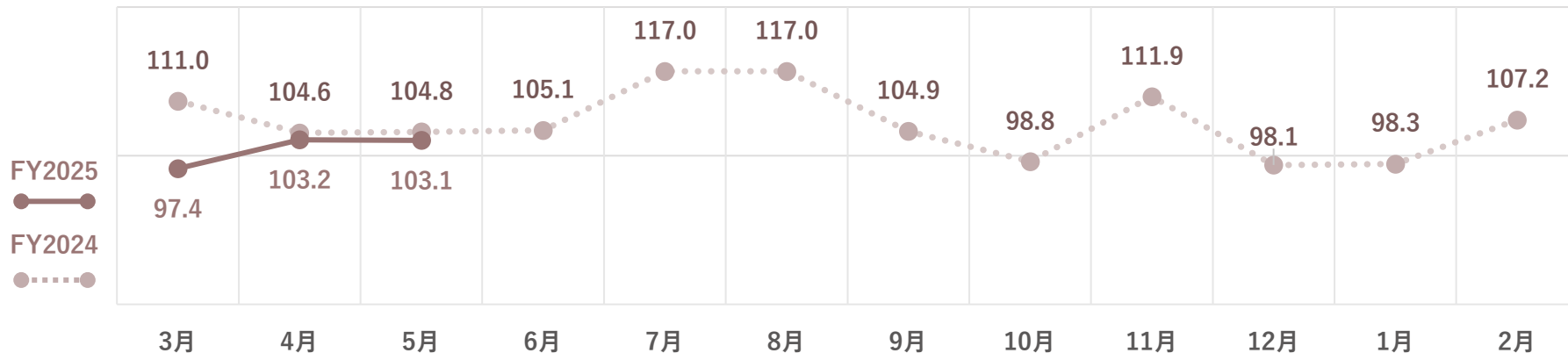
国内店頭売上上のQ1既存店伸長率は、+1.3%とほぼ前年並み。

EC売上については、前期のコロナ禍明けは苦戦するも、Q1で+9.2%と足元は回復基調。

既存店

「直営店+FC店」の国内店頭売上

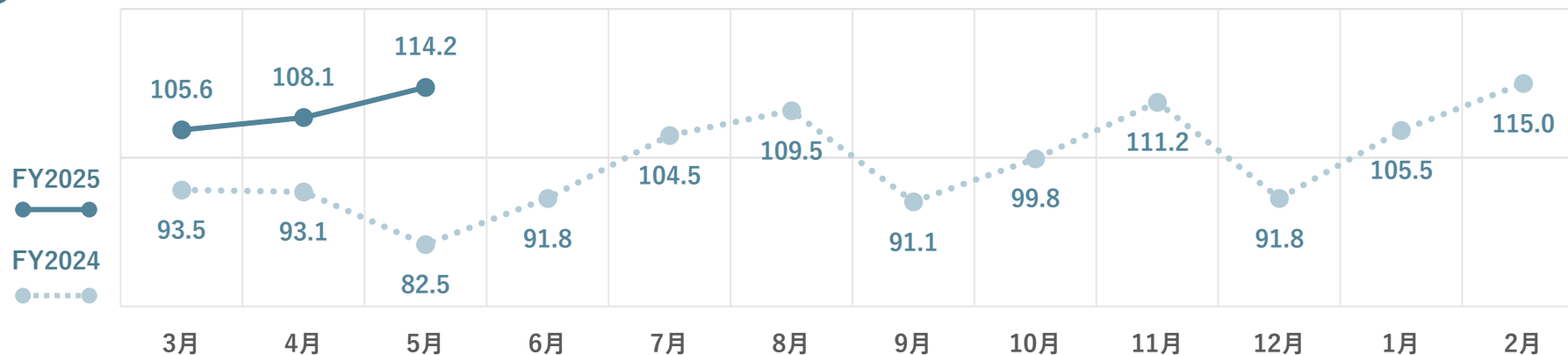
単位：%



EC

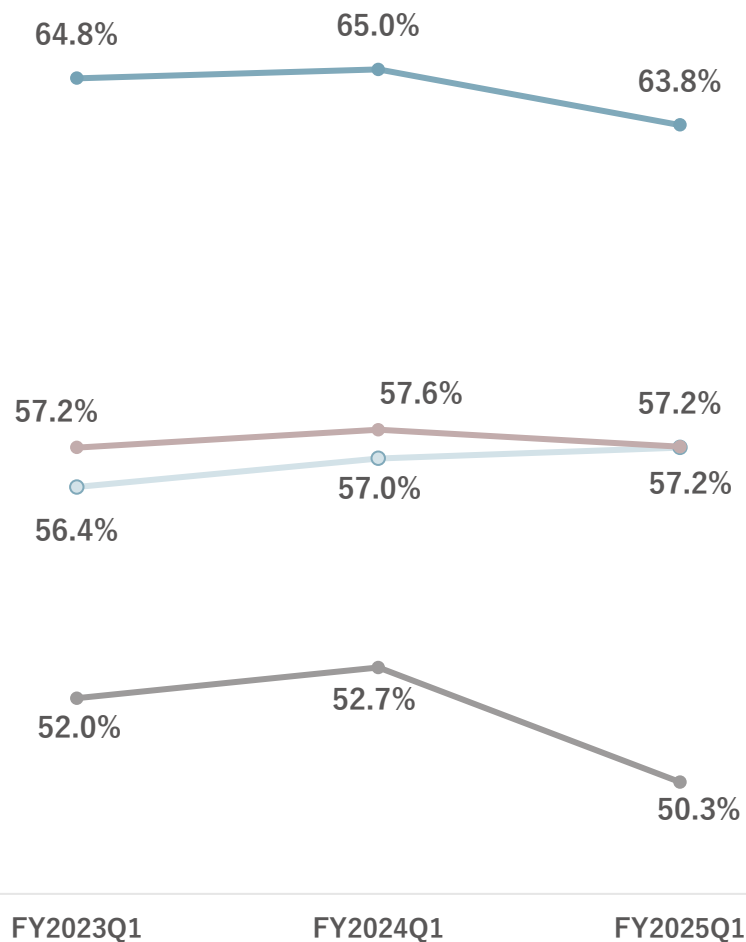
「国内自社サイト+他社サイト」の売上

単位：%



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等により、全社での粗利率は0.4ポイント低下。



国内EC事業

国内EC事業

クーポンによる販売促進やバーゲン売上の増加等により粗利率が低下。

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。

連結全社合計

国内専門店事業

海外・スポーツ卸事業

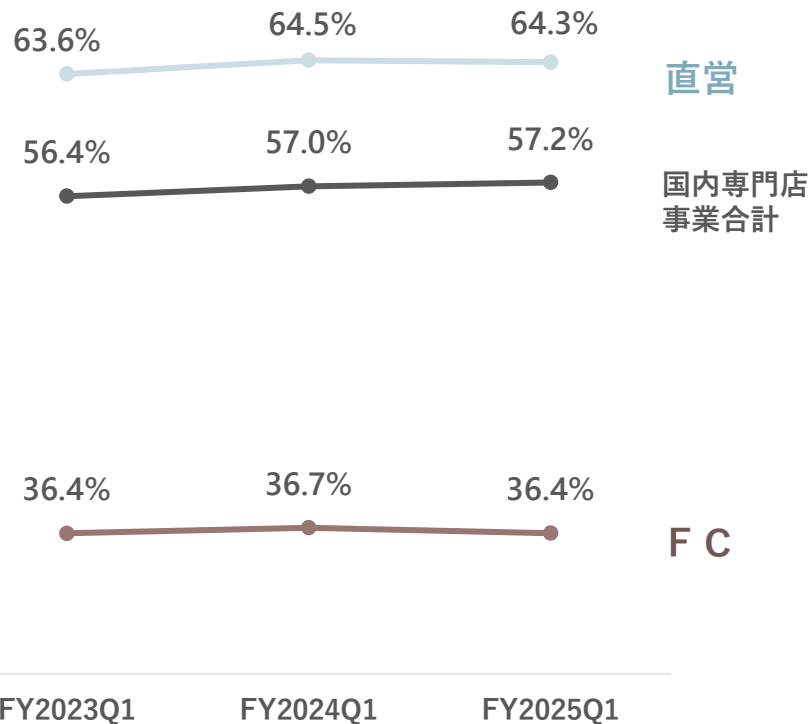
・中国代理商およびスポーツ卸先への売上が大幅に増加。粗利率の低い卸売上比率が拡大し、粗利率は低下。

・スポーツ商品の商品原価率が上昇。

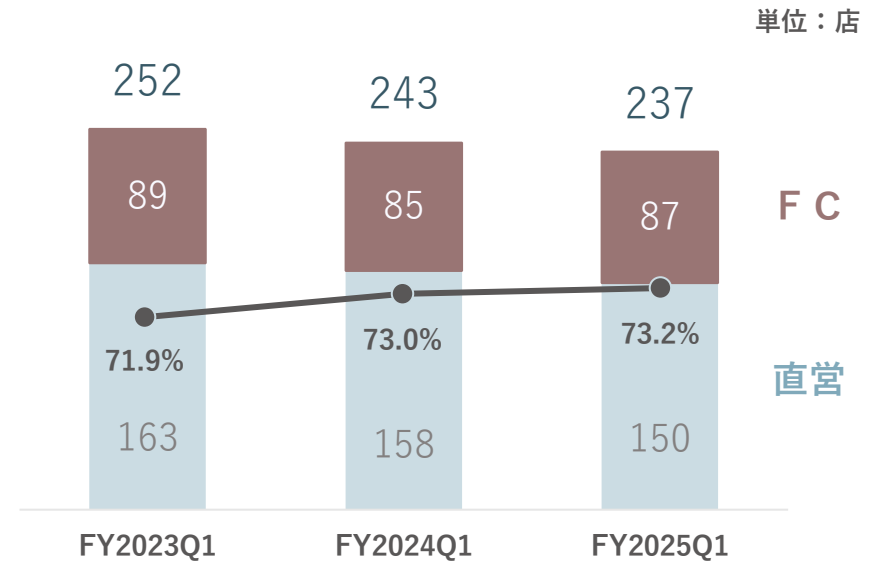
国内専門店事業 売上総利益率

直営店とFC店共に原価率の上昇があるものの、直営店の売上比率増加と商品棚卸評価損の減少により、全体の粗利率が0.2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、0.1ポイントの増加。ブランディング向上のため、宣伝販促費を増額。

単位：百万円

	FY2024 1Q	FY2025 1Q	前年同期比	
			増減／売上比Pt差	増減率
販売管理費 合計	2,035	2,141	+105	+5.2%
売上比	50.5%	50.6%	+0.1pt	
人件費	860	876	+16	+1.9%
売上比	21.3%	20.7%	△0.6pt	
家賃	407	418	+11	+2.7%
売上比	10.1%	9.9%	△0.2pt	
支払手数料	227	232	+4	+1.9%
売上比	5.6%	5.5%	△0.2pt	
宣伝販促費	93	127	+33	+35.9%
売上比	2.3%	3.0%	+0.7pt	
減価償却費	57	65	+7	+13.6%
売上比	1.4%	1.5%	+0.1pt	
その他	388	420	+32	+8.3%
売上比	9.6%	9.9%	+0.3pt	

営業利益の推移

国内専門店事業では、宣伝販促費と店舗リニューアルによる減価償却費の増加等により営業利益が減少。国内EC事業は、売上の増加により増益を確保。海外・スポーツ卸事業は、それぞれが好調な販売により営業増益。

単位：百万円

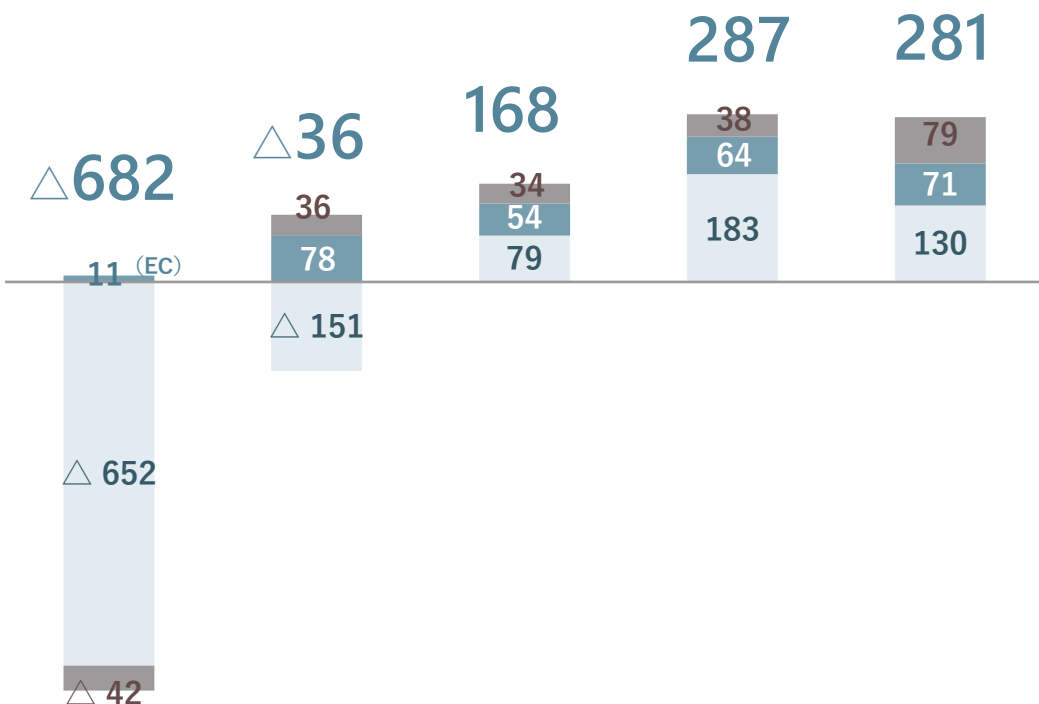
FY2021Q1
コロナ禍

FY2022Q1

FY2023Q1

FY2024Q1

FY2025Q1



	前年同期比
海外・スポーツ卸事業 海外事業 スポーツ卸	+104.5% 38→79
国内EC事業 自社ECサイト・楽天 Amazon等	+11.7% 64→71
国内専門店事業 直営・FC店舗 その他	△29.3% 183→130

単位：百万円

	2023年5月末		2024年5月末		対 2023年5月末比 増減額
		百分比		百分比	
総資産	8,088	100.0%	8,626	100.0%	+537
流動資産	4,162	51.5%	4,194	48.6%	+32
固定資産	3,926	48.5%	4,431	51.4%	+505
流動負債	2,684	33.2%	2,849	33.0%	+165
固定負債	1,342	16.6%	1,359	15.8%	+16
純資産	4,061	50.2%	4,417	51.2%	+355

[資産] 前年6月に物流センター近隣の土地を419百万円で取得し、前年11月に資本業務提携を目的とした投資有価証券を216百万円で取得したことで固定資産が増加。

[負債] 長期借入金の増加等により、流動負債および固定負債が増加。
年金資産の増加により、固定負債が減少。

出退店の状況

当1Q末の店舗数は、271店舗。

2025年2月末の店舗数は、5店舗純増の276店舗を計画。

	2023年 2月末 店舗数	2024年 2月末 店舗数	24年3月～5月 実績		当1Q末 実績 店舗数	24年6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	273	271	3	3	271	12	7	276
日本国内 合計	241	237	3	3	237	4	7	234
直営	155	150	2	2	150	1	4	147
FC	86	87	1	1	87	3	3	87
欧州 <small>(※1)</small>	4	4	0	0	4	0	0	4
東アジア <small>(※2)</small>	28	30	0	0	30	8	0	38

(※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

通期業績予想は、期初から変更なし。

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



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。