

TABIO CORPORATION

2025年2月期
第3四半期決算説明資料

タビオ株式会社（証券コード：2668）

2025年1月14日

Tabio
tradition in motion



目次

01 事業内容

02 2025年2月期 3Q累計業績説明

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

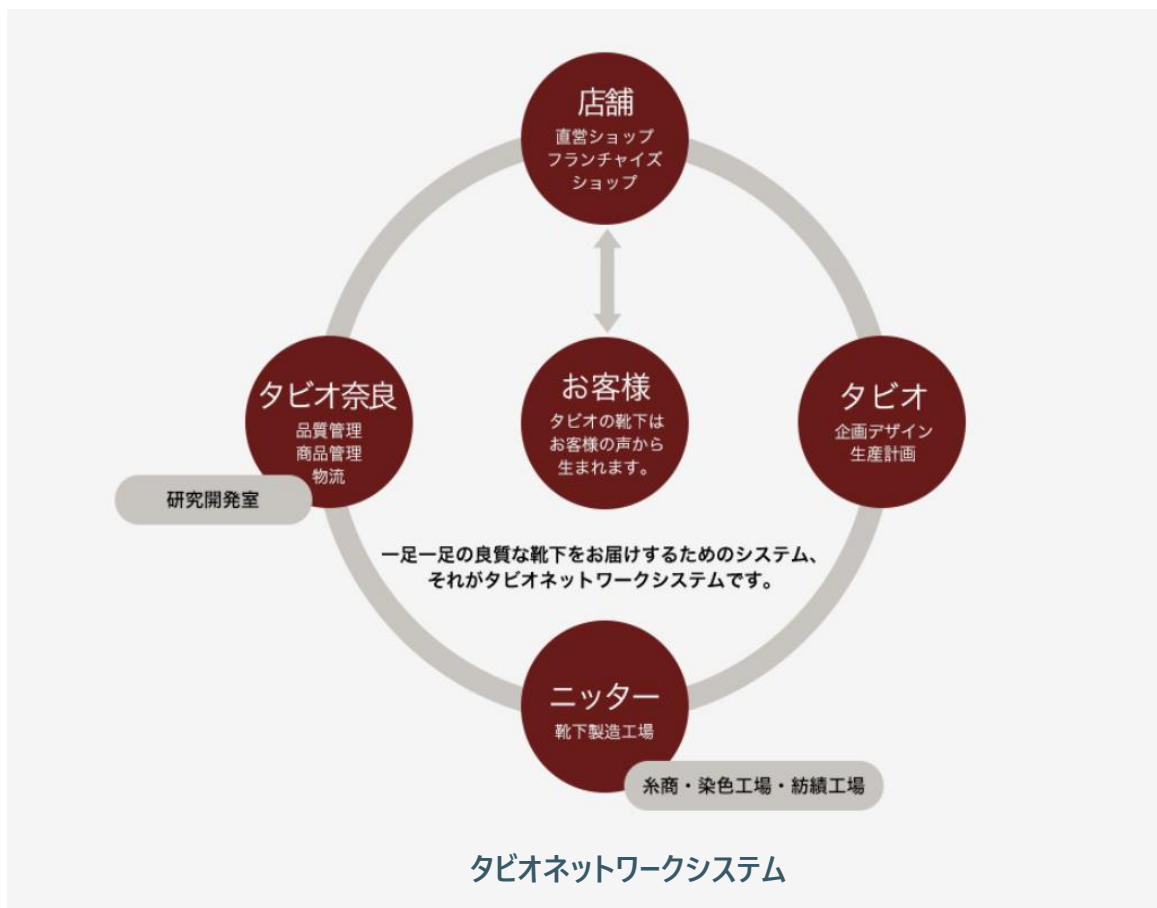
自社企画デザイン

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11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 3Q累計業績説明

売上高、営業利益及び経常利益は、前年実績を上回ったものの、特別損失などの影響により当期純利益は減少。売上・利益ともに計画通りに推移。

売上高

12,316 百万円

前年同期比

+4.6%

営業利益

513 百万円

前年同期比

+3.3%

経常利益

522 百万円

前年同期比

+2.0%

当期純利益

316 百万円

前年同期比

△23.6%

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等で売上減少。
- 取締役および監査役の退任に伴う特別功労金の支払い等により、当期純利益が前年同期比で減少。

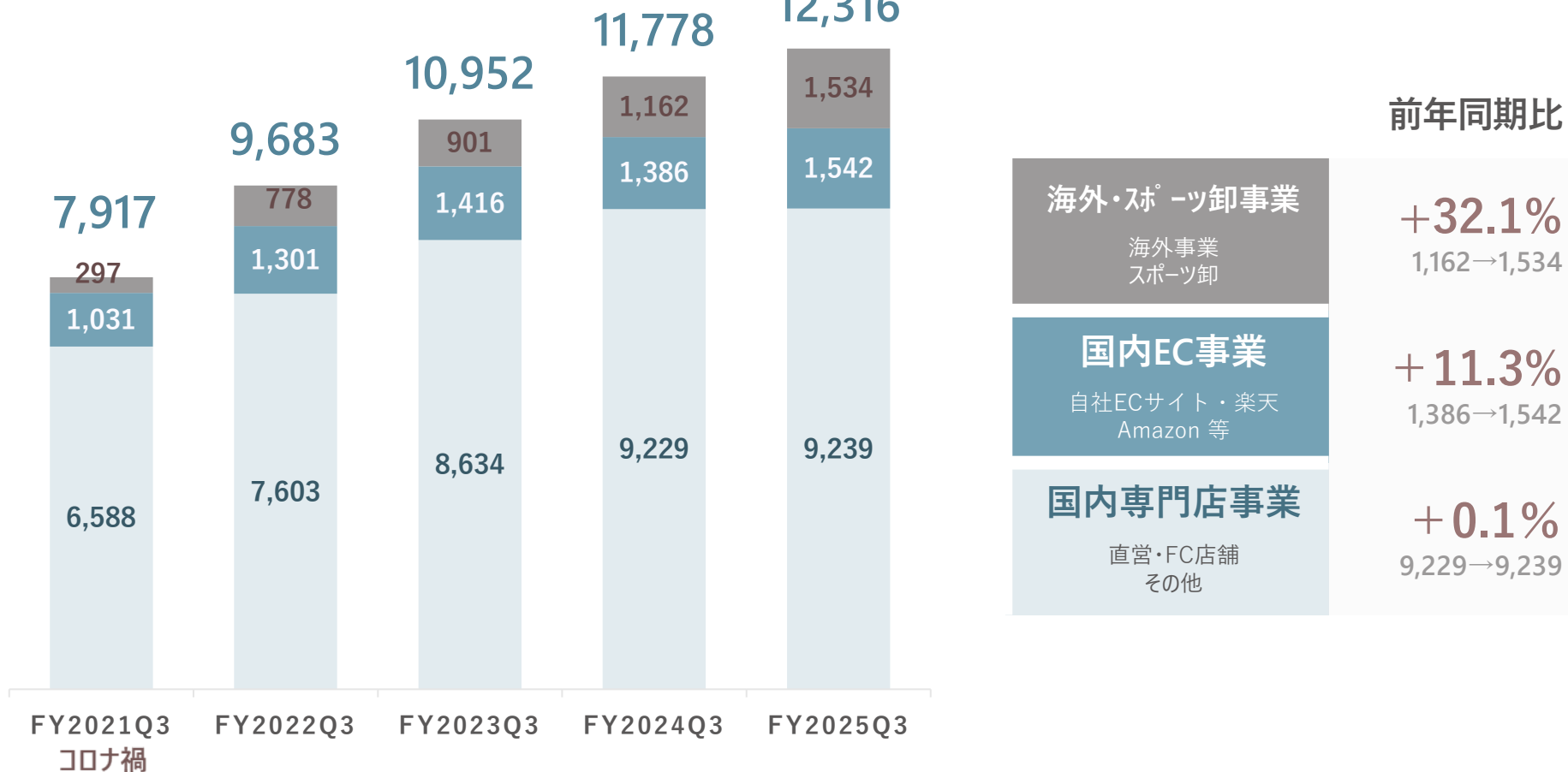
収益情報については、販売経路に基づき以下のように区分しております。



売上高の推移

海外事業は、中国でのEC販売が好調。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、自社サイトや外部モールの改善等により増収。

単位：百万円
12,316



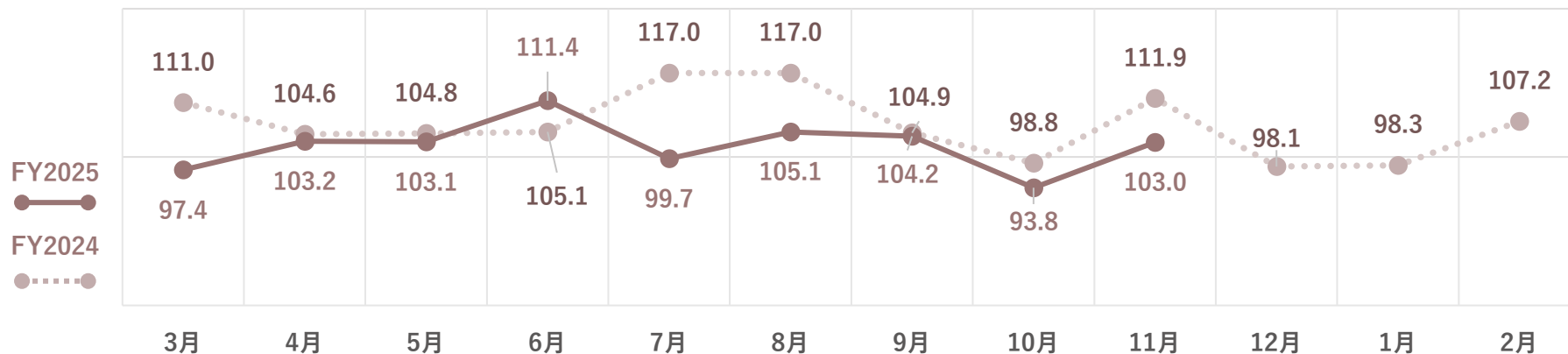
国内月次売上高 前期比（既存店、EC）

国内店頭売上上の3Q累計の既存店伸長率は、+2.1%と堅調に推移。
EC売上については、3Q累計で+11.6%と好調に推移。

既存店

「直営店+FC店」の国内店頭売上

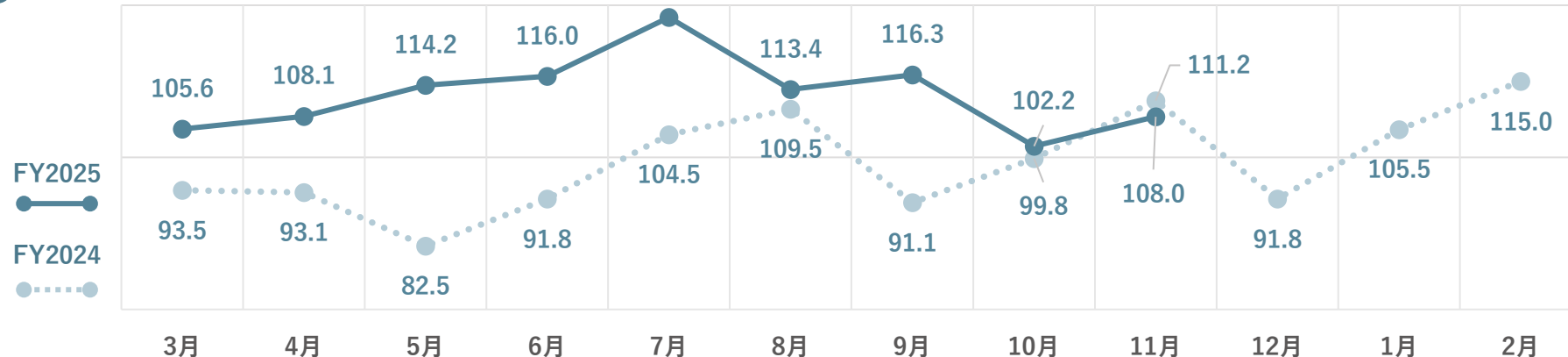
単位：%



EC

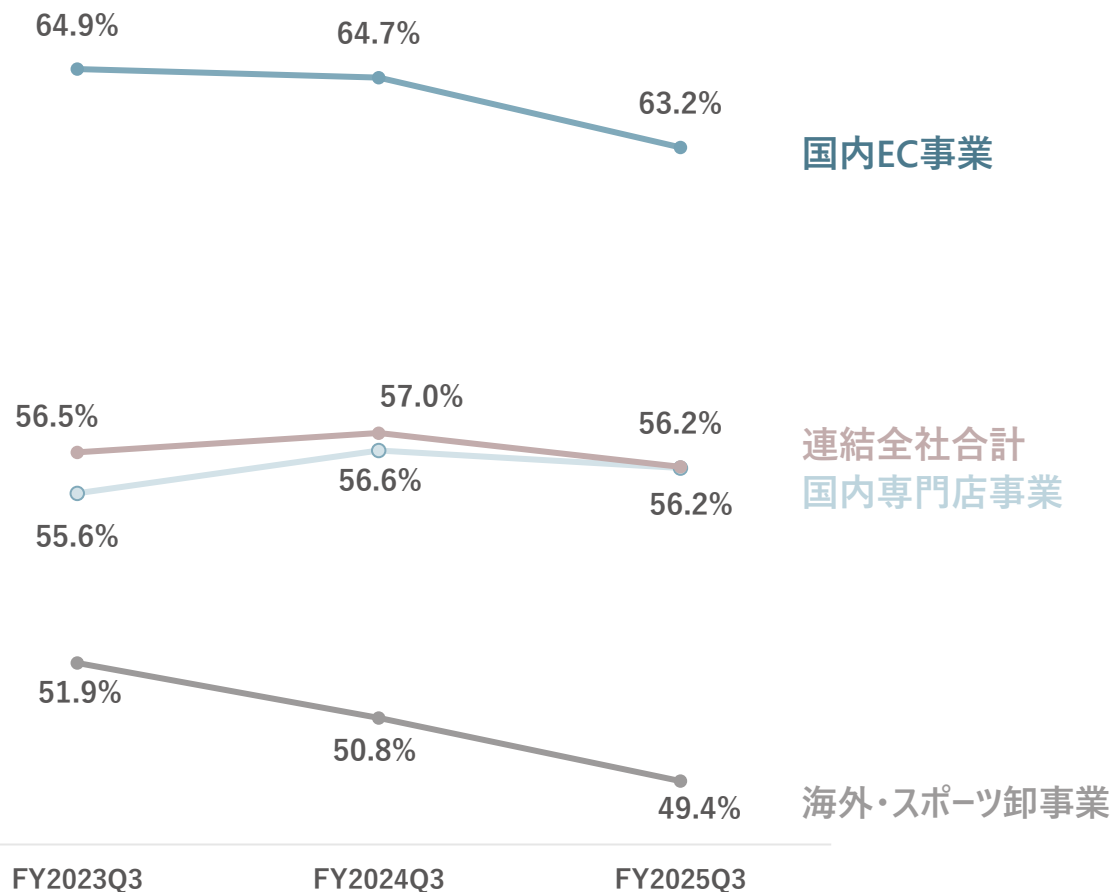
「国内自社サイト+他社サイト」の売上

単位：%



売上総利益率の推移

主な変更要因として、全事業部で棚卸資産評価損が増加。この影響により全事業部での粗利率が低下しており、粗利率は国内専門店事業が0.6ポイント、国内EC事業が0.6ポイント、海外・スポーツ卸事業が0.8ポイント、全社では0.6ポイントの低下要因となっている。



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。

海外・スポーツ卸事業

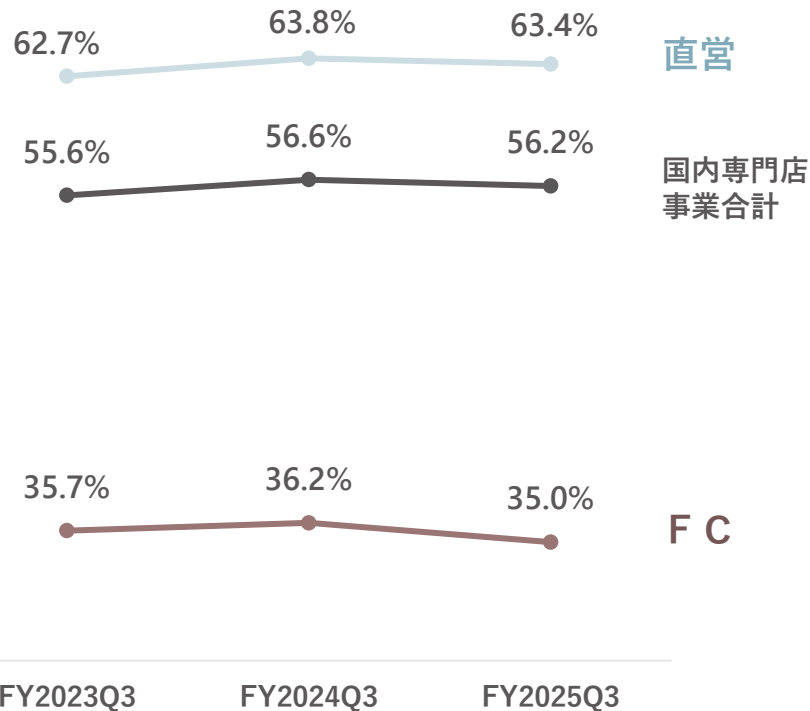
・中国代理商およびスポーツ卸先への売上が大幅に増加。粗利率の低い卸売上比率が拡大し、粗利率は低下。

・スポーツ商品の商品原価率が上昇。

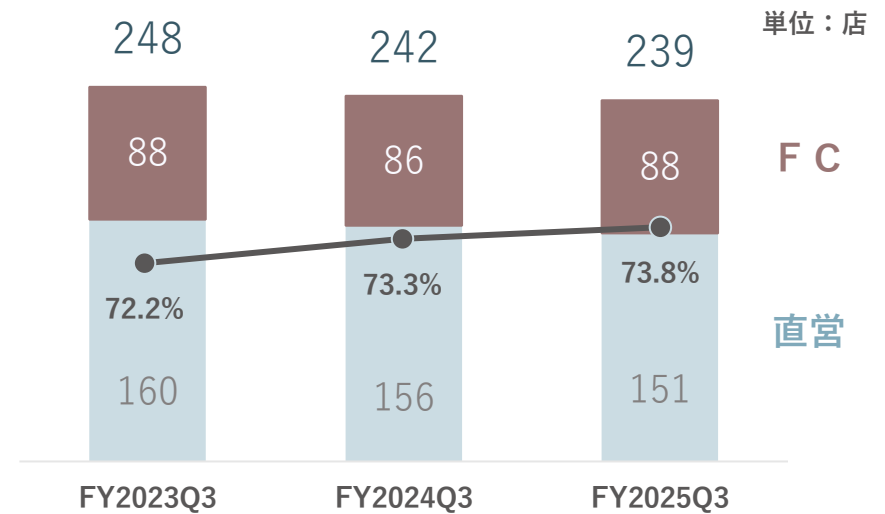
国内専門店事業 売上総利益率

棚卸資産評価損の増加により、粗利率は直営店で0.6ポイント、FC店で1.1ポイント、国内専門店事業で0.6ポイント低下したものの、直営店の売上比率とプロパー販売比率の増加などにより、最終的な粗利率は直営店で0.4ポイント、FC店で1.2ポイント、国内専門店事業全体では0.4ポイントの低下。

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

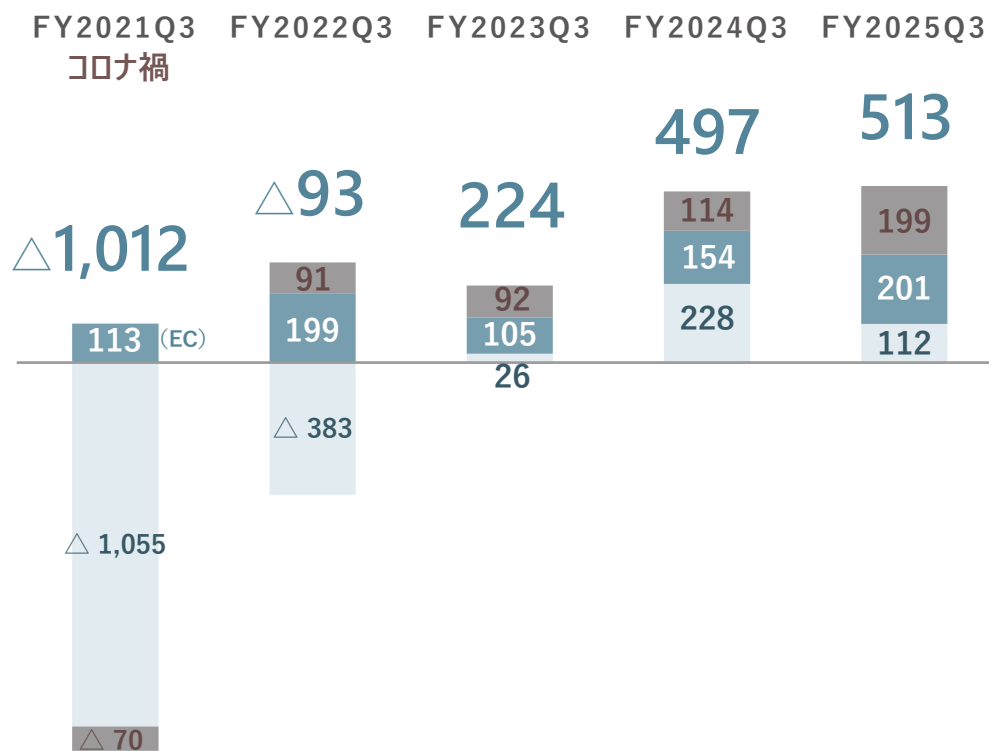
増収に伴い販管費比率は前年同期で改善。ブランディング向上のため宣伝販促費を強化。国内EC出荷量増加による荷造費の増加。インフレ・円安に伴い使用料等が増加。 単位：百万円

	FY2024 3Q	FY2025 3Q	前年同期比	
			増減／売上比Pt差	増減率
販売管理費 合計	6,210	6,410	+199	+3.2%
売上比	52.7%	52.0%	△0.7pt	
人件費	2,657	2,636	△20	△0.8%
売上比	22.6%	21.4%	△1.1pt	
家賃	1,215	1,223	+8	+0.7%
売上比	10.3%	9.9%	△0.4pt	
支払手数料	694	686	△7	△1.1%
売上比	5.9%	5.6%	△0.3pt	
宣伝販促費	314	427	+113	+36.0%
売上比	2.7%	3.5%	+0.8pt	
減価償却費	175	202	+27	+15.4%
売上比	1.5%	1.6%	+0.2pt	
その他	1,154	1,233	+79	+6.9%
売上比	9.8%	10.0%	+0.2pt	

営業利益の推移

全事業部で売上総利益率が低下したものの、国内EC事業および海外・スポーツ卸事業は、好調な販売により営業増益を達成。一方、国内専門店事業では、広告宣伝費や店舗リニューアルによる減価償却費の増加等も影響し営業減益。

単位：百万円



事業部	前年同期比
海外・スポーツ卸事業 海外事業 スポーツ卸	+73.8% 114→199
国内EC事業 自社ECサイト・楽天 Amazon等	+30.9% 154→201
国内専門店事業 直営・FC店舗 その他	△50.8% 228→112

単位：百万円

	2023年11月末		2024年11月末		対 2023年11月末比 増減額
		百分比		百分比	
総資産	8,948	100.0%	8,997	100.0%	+48
流動資産	4,492	50.2%	4,575	50.9%	+82
固定資産	4,456	49.8%	4,422	49.1%	△34
流動負債	3,461	38.7%	3,195	35.5%	△266
固定負債	1,243	13.9%	1,247	13.9%	+4
純資産	4,243	47.4%	4,554	50.6%	+311

主な増減

[流動資産] 定番品の在庫確保等に伴い商品が増加し、現金及び預金が減少。

[流動負債] 短期借入金が減少。

[固定負債] 長期借入金が増加したが、年金資産の増加に伴う退職給付に係る負債が大幅減少。

出退店の状況

当3Q末の店舗数は、277店舗。

2025年2月末の店舗数は、前期末比4店舗純減の267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～11月 実績		当3Q末 実績 店舗数	24年12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	12	6	277	3	13	267
日本国内 合計	241	237	6	4	239	2	13	228
直営	155	150	3	2	151	1	8	144
FC	86	87	3	2	88	1	5	84
欧州 <small>(※1)</small>	4	4	0	0	4	0	0	4
東アジア <small>(※2)</small>	28	30	6	2	34	1	0	35

(※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。