

TABIO CORPORATION

2026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）

2026年4月14日

Tabio
tradition in motion



目次

- 01 事業内容**
- 02 2026年2月期 通期業績説明**
- 03 2027年2月期 連結業績予想**
- 04 2027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

国内生産中心



品質へのこだわり

検査研究に注力

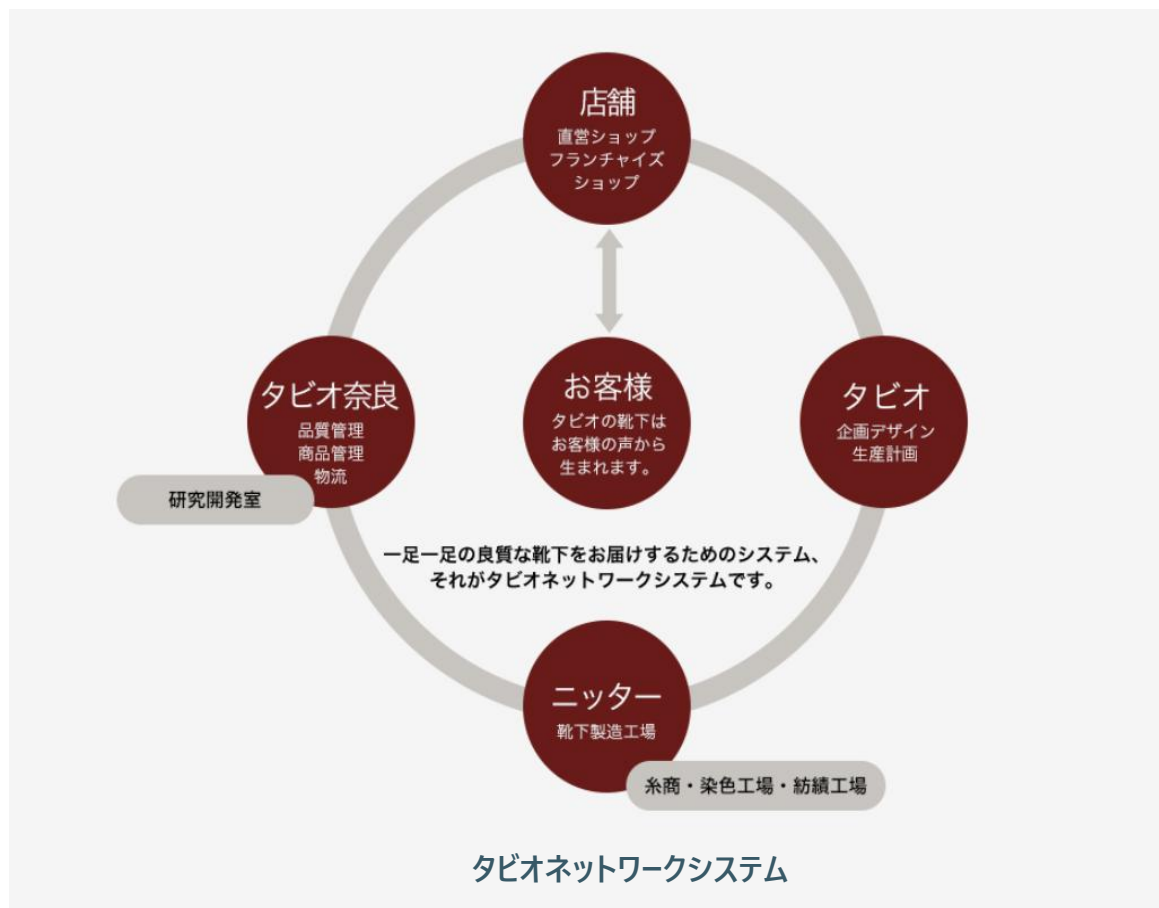
自社企画デザイン

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・製造・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（2026年2月末）
事業内容	靴下の企画・製造・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 タビオファクトリー株式会社（100%）非連結子会社
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

2026年2月期 通期業績説明

売上高は計画比で未達となったものの、売上総利益率の改善により、営業利益・経常利益・当期純利益の全てにおいて計画を上回る実績となりました。

売上高

16,812 百万円

前年同期比

△0.2%

営業利益

883 百万円

前年同期比

+19.5%

経常利益

916 百万円

前年同期比

+21.4%

当期純利益

569 百万円

前年同期比

+9.5%

外部環境

- 訪日外国人観光客数は高水準にあるものの、国別に濃淡あり。
- 原材料高や人件費上昇等の影響により、物価上昇は継続。

業績概況

- 都市部はインバウンド需要で伸長する一方、地方は値上げで苦戦が続く。プロパー商品が全体を下支えし、売上は前年並み。
- スポーツ卸先向けのランニング・フットボール商品に加え、欧米市場での販売も引き続き好調に推移。
- 税効果による利益押し上げ効果の剥落により、当期純利益の伸びは他段階利益を下回る水準に。

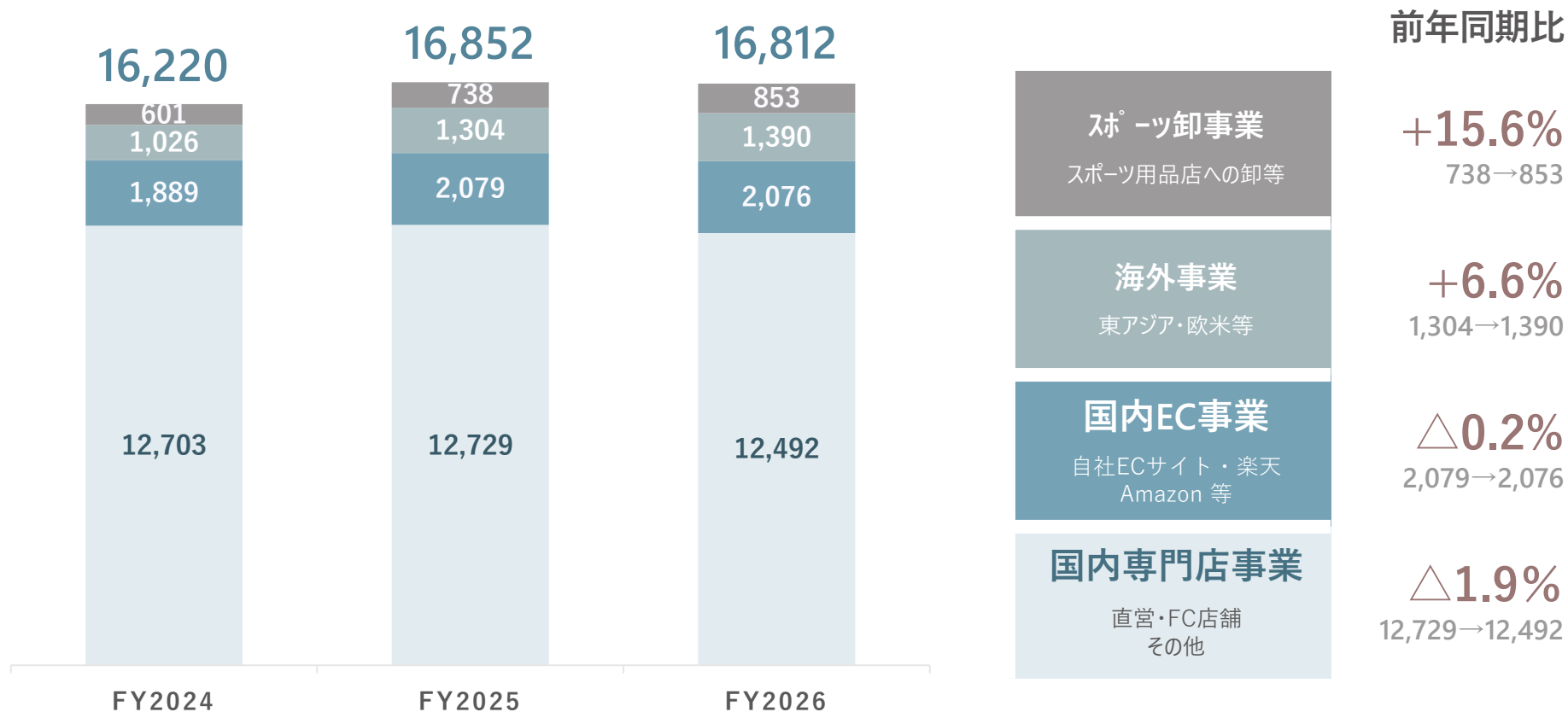
収益情報については、販売経路に基づき以下のように区分しております。



売上高の推移

国内専門店事業は、バンドル商品およびセール伸び悩みにより前期比減収となった一方、国内EC事業は、前期比ほぼ横ばい。海外事業は、欧米市場で好調を維持し、スポーツ卸事業もランニング・フットボール商品の販売増により引き続き好調に推移。

単位：百万円



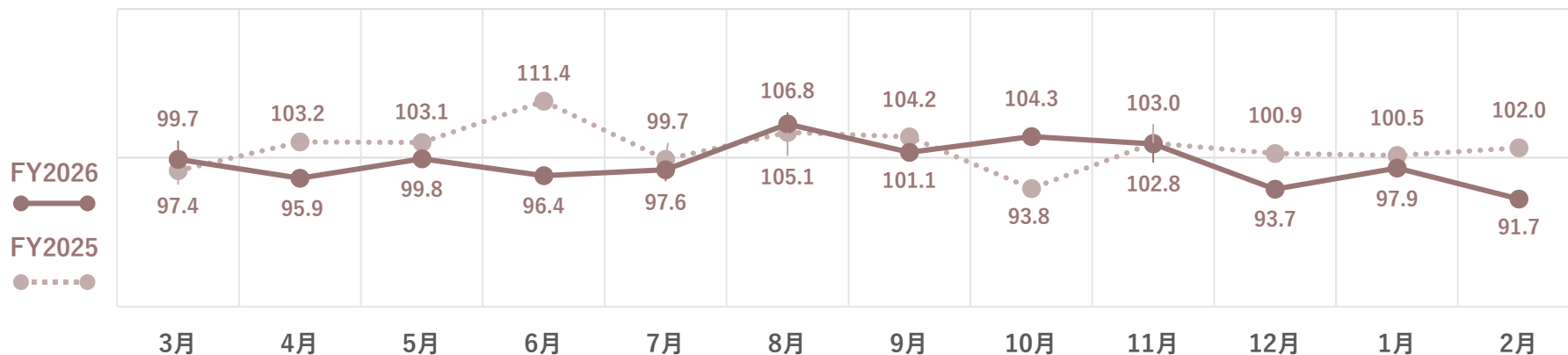
国内月次売上高 前期比（既存店、EC）

国内店頭売上の4Q累計既存店伸長率は△1.1%、EC売上は4Q累計△0.7%とともに微減。
3Q累計までは堅調に推移したものの、4Q期間の販売が弱含み。

既存店

「直営店+FC店」の国内店頭売上

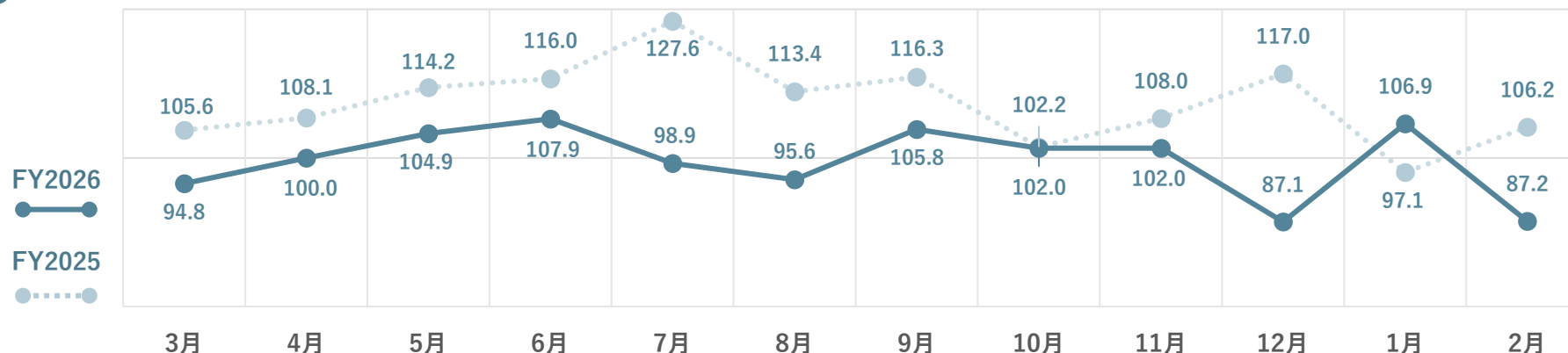
単位：%



EC

「国内自社ECサイト+他社サイト」の売上

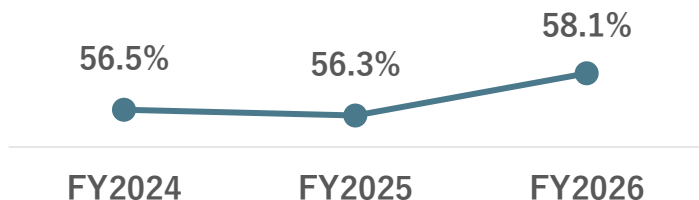
単位：%



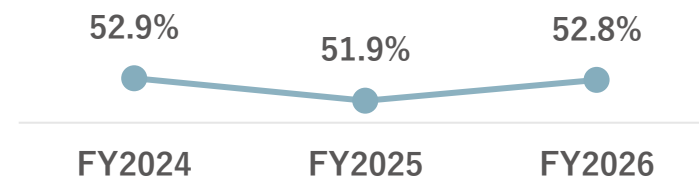
売上総利益率・販管費率・営業利益率の推移

売上総利益率は1.8ポイント改善。前年に比べ販管費率は上昇したものの、売上総利益率の改善により営業利益率は0.9ポイント上昇。

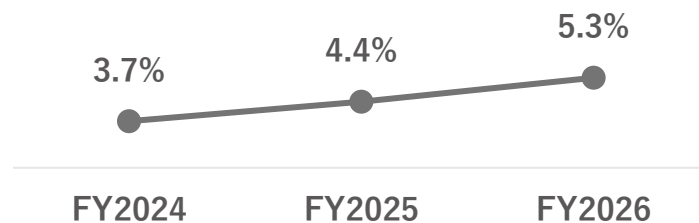
売上総利益率



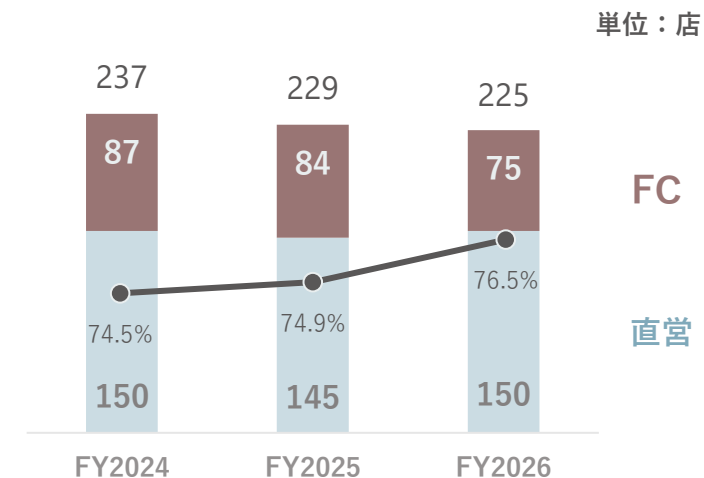
販管費率



営業利益率



国内店舗数推移及び直営店売上比率



主な売上総利益率の改善要因

【国内専門店事業】

直営店の売上比率やプロパー商品の構成比が上昇したことに加え、滞留商品の販売が進んだことで売上総利益率が改善。

【スポーツ卸事業】

フットボール・ランニング商品の値上げと高利益率商品の構成比上昇で売上総利益率改善。

販売費及び一般管理費

販売代行店舗の増加に伴い家賃および支払手数料が増加したほか、賞与引当金の増加により人件費も増加。一方、前期に実施した資産除去債務の見積額の変更により、減価償却費は減少。

単位：百万円

	FY2025	FY2026	前年同期比	
			増減/売上比Pt差	増減率
販売管理費 合計	8,749	8,877	+ 127	+ 1.5%
売上比	51.9%	52.8%	+0.9pt	
人件費	3,513	3,615	+ 102	+ 2.9%
売上比	20.8%	21.5%	+0.7pt	
家賃	1,686	1,702	+ 15	+ 0.9%
売上比	10.0%	10.1%	+0.1pt	
支払手数料	974	1,065	+90	+9.3%
売上比	5.8%	6.3%	+0.6pt	
宣伝販促費	563	570	+ 6	+ 1.2%
売上比	3.3%	3.4%	+0.0pt	
減価償却費	384	290	△93	△24.4%
売上比	2.3%	1.7%	△0.6pt	
その他	1,627	1,633	+ 5	+ 0.4%
売上比	9.7%	9.7%	+0.1pt	

営業利益の推移

国内専門店事業は、売上減少ながら売上総利益率の改善が寄与し大幅な増益。国内EC事業は、宣伝販促費等の増加により営業減益。海外事業およびスポーツ卸事業は、好調な販売を背景に増益。新規事業は、立ち上げに向けた人員配置により費用が先行。

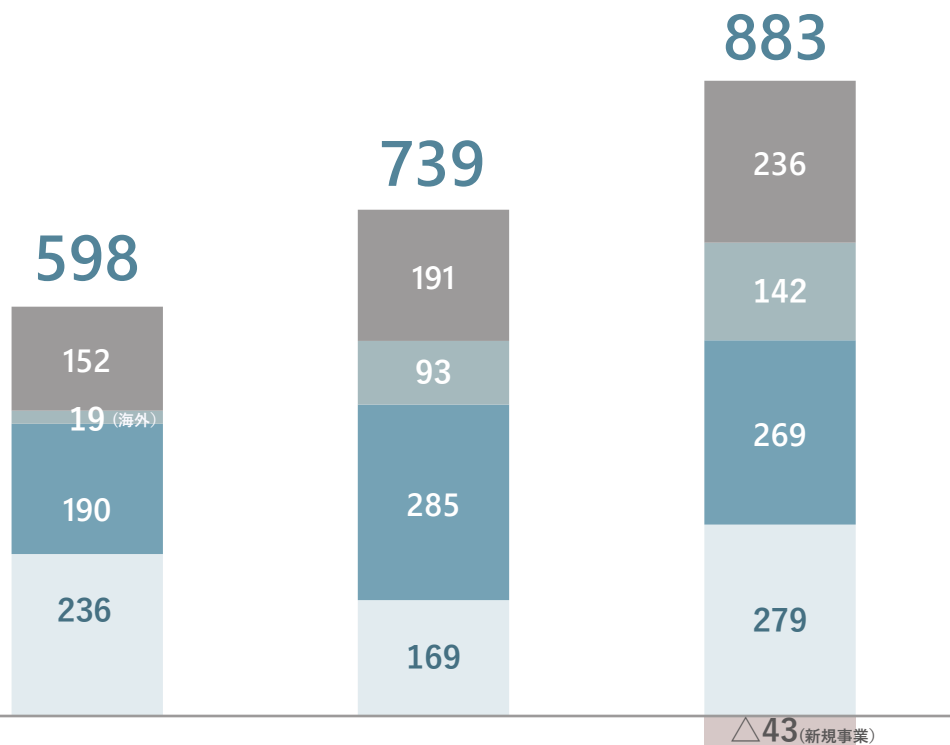
単位：百万円

FY2024

FY2025

FY2026

前年同期比



スポーツ卸事業 スポーツ用品店への卸等	+23.8% 191→236
海外事業 東アジア・欧米等	+52.6% 93→142
国内EC事業 自社ECサイト・楽天 Amazon等	△5.6% 285→269
国内専門店事業 直営・FC店舗 その他	+64.5% 169→279
新規事業 新ブランド・健康美容	— △43

単位：百万円

	2025年2月末		2026年2月末		対前期末比 増減額
		百分比		百分比	
総資産	8,522	100.0%	8,902	100.0%	+380
流動資産	3,994	46.9%	3,970	44.6%	△24
固定資産	4,527	53.1%	4,932	55.4%	+405
流動負債	2,400	28.2%	2,409	27.1%	+9
固定負債	1,290	15.1%	1,128	12.7%	△162
純資産	4,831	56.7%	5,364	60.3%	+533

主な増減

- [資産]** 6月に子会社タビオファクトリーを新設し、子会社株式が100百万円増加。
年金資産の運用好調に伴い、退職給付に係る資産が227百万円増加。
- [負債]** 長期借入金の返済により、1年以内返済予定を含む長期借入金が166百万円減少。

出退店の状況

2026年2月末の店舗数は、266店舗。
2027年2月末の店舗数は、1店舗減の265店舗を計画。

	2024年 2月末 店舗数	2025年 2月末 店舗数	25年3月～26年2月 実績		2026年 2月末 実績 店舗数	26年3月～27年2月 計画		2027年 2月末 計画 店舗数
			出店	退店		出店	退店	
連結 合計	271	268	15	17	266	8	9	265
日本国内 合計	237	229	12	16	225	5	9	221
直営	150	145	10	5	150	5	5	150
FC	87	84	2	11	75	0	4	71
欧州 (※1)	4	4	0	0	4	0	0	4
東アジア (※2)	30	35	3	1	37	3	0	40

(※1) イギリス・フランス

(※2) 中国・韓国

03

2027年2月期 連結業績予想

売上高は前期比1.1%増。営業利益は前期比18.8%減を計画。
1株当たり配当金は年間30円の見込み。

単位：百万円

	2027年2月期	前期比
売上高	17,000	+1.1%
営業利益	718	△18.8%
経常利益	720	△21.4%
当期純利益	457	△19.8%

EPS
67.41円

期末配当
30円

04

2027年2月期 の 取り組みについて

- 転換期を迎えたインバウンド消費
- 物価高騰や将来への不透明感による、価値に見合った消費のさらなる強まり
- 調達コストの上昇圧力や市場構造の変化で求められる経営資源の配分見直し
- さらに深刻さ増す国内生産基盤の脆弱化
- 加速する事業現場でのDX推進

新規事業の積極推進

BtoB領域の進捗

国内専門店事業

エントリー層再獲得のための商品施策

靴下屋ブランド再構築のためのモデル店舗追求

国内EC

自社ECサイトの全面刷新およびモール強化戦略

スポーツ商品

タビオスポーツの売上構成

プロ野球選手とのアドバイザー契約締結

海外戦略

海外事業（アジア新規出店）

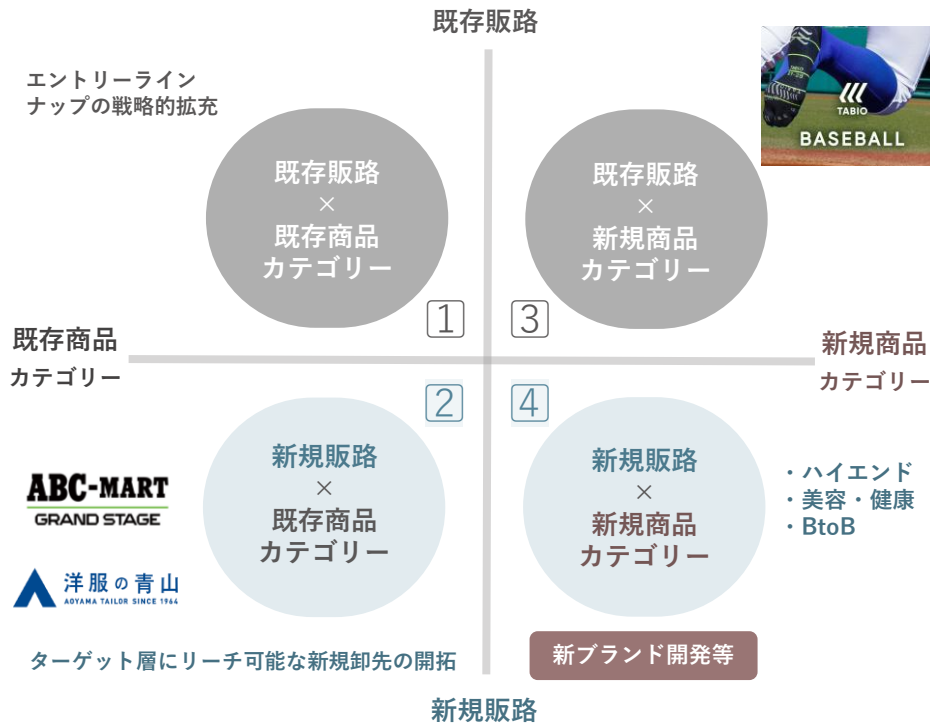
海外事業（中国店頭売上）

TABIO'S COTTON

靴下を種から育てる「TABIO'S COTTON」

新規販路への取組として、ワークウェア専門店事業会社への既存商品・新規共同開発商品の卸販売、大手物流事業者等への職域販売テストを開始。BtoB専門部署を新設し、事業成長を支える推進体制を構築。

取組方針



BtoBの取組事例

- 他業種への卸販売と専用商品の開発

株式会社アグロワークスが展開する作業服・ワークウェア専門店の「キーポイント」にて、既存タビオ商品・共同開発の新規専用商品の展開を当期に実施します。



- 物流事業者への職域販売トライアル始動

大手物流事業者等における福利厚生ニーズを捉え、本格導入への足掛かりを構築。機能性を備え評価の高い夏冬商品を投入し、現場での評価をテコに、全社規模のユニフォーム採用を目指します。



BtoB領域の専門部署を新設

各部署に分散していた取り組みを、専門部署を新設することで機能を集約しました。効率化とノウハウの蓄積でBtoB事業の更なる加速を目指します。

物価高による生活防衛意識の高まりに対し、タビオならではの品質基準を維持した戦略的なエントリー価格帯商品を導入します。幅広いお客様にとっての「入り口」を拡充し、店舗全体の客数底上げを図ります。

実施の背景

- 背景



消費行動の変化

物価高・将来の不透明感を背景に「生活防衛意識」が消費者の間で高まる。



客数・販売数量の減少傾向

エントリー商品群を含む価格改定に伴い客単価は上昇基調である一方で、地方を中心に客数・販売数量の減少が進行。



危機感と課題

地方エリアの店舗網、そして国内生産基盤の維持のためには、客数減少および販売数量減少の歯止めが課題に。

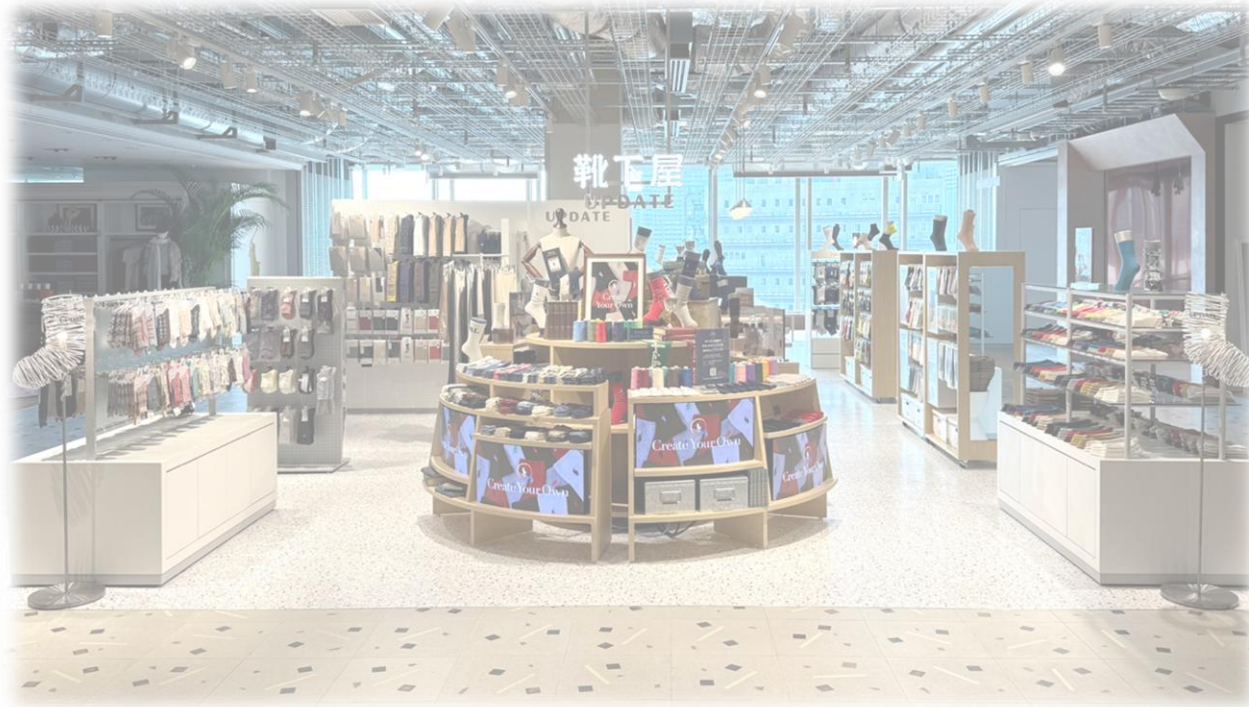
商品施策

- エントリー価格帯ラインナップの拡充



2026年2月に「3足 ¥1,100(税込)」同年3月に「靴下屋fam」を店舗・自社ECサイトにて販売開始。エントリー価格帯の実により過去の価格改定等で離反した顧客層を呼び戻し客数アップへ。導入後も市場の反応に応じ売場・商品の継続的な改善を実施。

コストの最小化や単なる維持補修を目的とした改装を見直し、『靴下屋』店舗の投資方針を転換。ブランド再構築の核となる「次世代店舗モデル」の確立を最優先とします。



モデル店舗にて過度なコスト抑制を排した「高いブランド体験」と「投資対効果」の最適解を検証。その成功事例を中長期的に全店舗へ水平展開することでブランド体験価値の底上げします。エリア特性に応じた多層的な商品戦略と本取り組みを掛け合わせ、店舗・ブランドの両面で『靴下屋』の価値最大化を図ります。

ベンダー依存を解消し今後の持続的な成長のために、自社ECサイトの刷新を実施予定です。

モール戦略では、楽天については広告施策の最適化を、Amazonについては積極的な費用投下を行います。

自社ECサイトの全面刷新

2026年秋冬

Shopifyへの全面移行

- 世界水準の拡張性でベンダー依存を解消。
- 低コストで常に最新機能へのアップデートが可能な状態に。



shopify

UXの向上

- モバイル中心のサイト設計へ。
- AI検索・AI診断コンテンツの導入。



マーケティング施策の精緻化

- シームレスなツール連携で即座にデータを取得できる基盤を整備しマーケティング施策に利用。



モール強化戦略

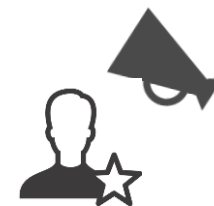
楽天：精度アップ

- 当期の施策結果を踏まえ、より費用対効果の高い施策へ注力
- 第2の「足バール」となるヒット商品の創出へ



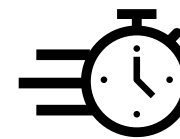
Amazon：注力モール

- 積極的な広告費用の投下
- Amazonでの販売に知見のある外部プロフェッショナルの起用



他モール：効率化

- 自社ECサイト刷新に伴うシステム連携の見直しにより、登録作業が一括化。
- 自社ECサイト・他社モールの境のない売上分析が可能に。



タビオスポーツ
FY2026 国内売上

1,903 百万円

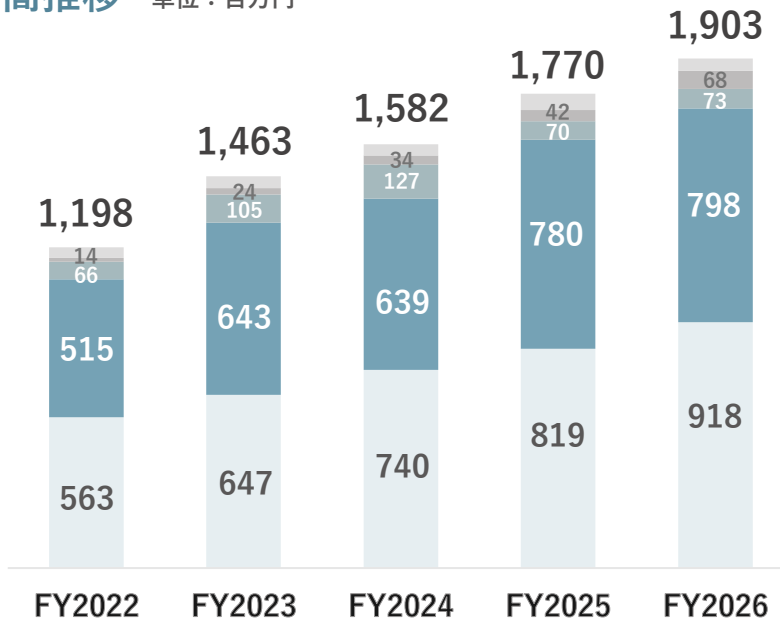
(前年比 107.5%)

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。

前期末に主力であるランニング商品とフットボール商品の値上げを実施。フットボール商品は上半期に商品供給減という課題があったものの価格改定の寄与も含み、通期売上高は底堅く推移。ランニング商品は安定供給と上代アップにより売上増。

FY2027においては引き続き生産体制の安定化に注力するとともに、各競技の展開店舗数を引き続き拡大し、売上の更なる向上を目指します。

国内売上高推移 単位：百万円



昨対
 ベースボール
 + 61.9%
 ゴルフ
 + 4.5%
 フットボール
 + 2.4%
 ランニング
 + 12.1%

販路別 昨対

国内専門店	+ 83.7%
国内EC	+ 84.6%
スポーツ卸	+ 54.7%
国内専門店	+ 7.8%
国内EC	△3.7%
国内専門店	+ 5.2%
国内EC	△24.4%
スポーツ卸	+ 9.5%
国内専門店	+ 4.3%
国内EC	+ 14.6%
スポーツ卸	+ 28.4%



広島東洋カープの小園海斗選手および北海道日本ハムファイターズの北山亘基選手と、当社ベースボール製品の着用を通じた製品開発およびプロモーションに関する2026年シーズンアドバイザー契約を締結致しました。ランニング、フットボールに次ぐ第3の柱へと成長させるべく、市場における認知拡大を図ります。

FY2026は実店舗・ECともに販売は好調に推移。また、2026年1月にはビスタ上海に出店。現地代理商との協力関係を一層強化し、継続的な出店戦略を推進します。



店舗概要

店名

Tabioビスタ上海

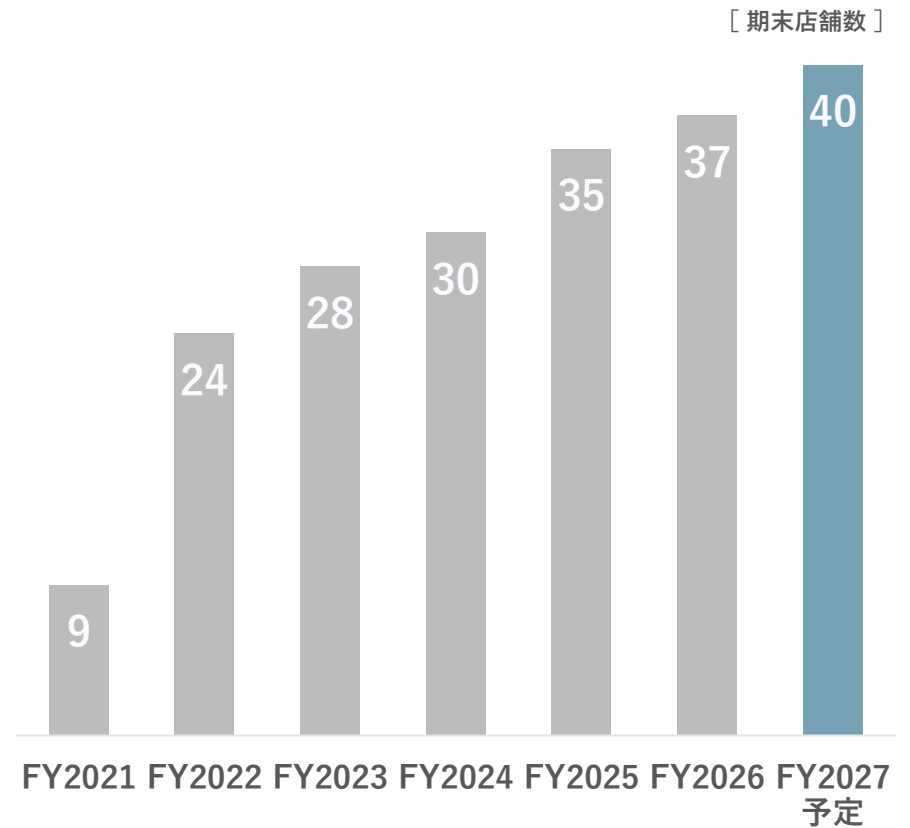
所在地

上海市浦东新区申迪东路88号比斯特上海购物村
15-103b单元

取扱商品

レディース靴下・メンズ靴下

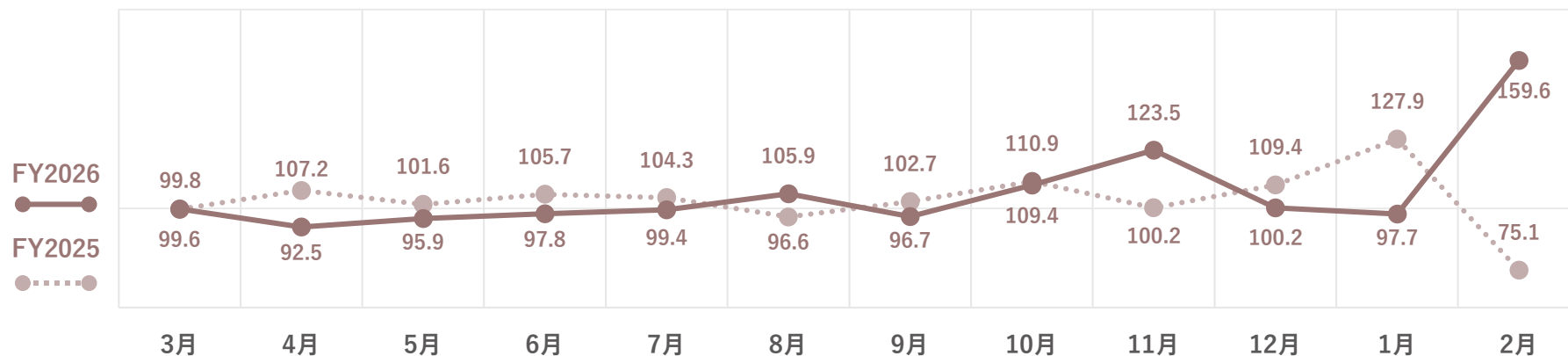
FY2027 東アジア 出店計画



中国店頭売上の4Q累計既存店伸長率は+5.8%と堅調な結果に。EC売上は、4Q累計+16.0%と好調に推移。

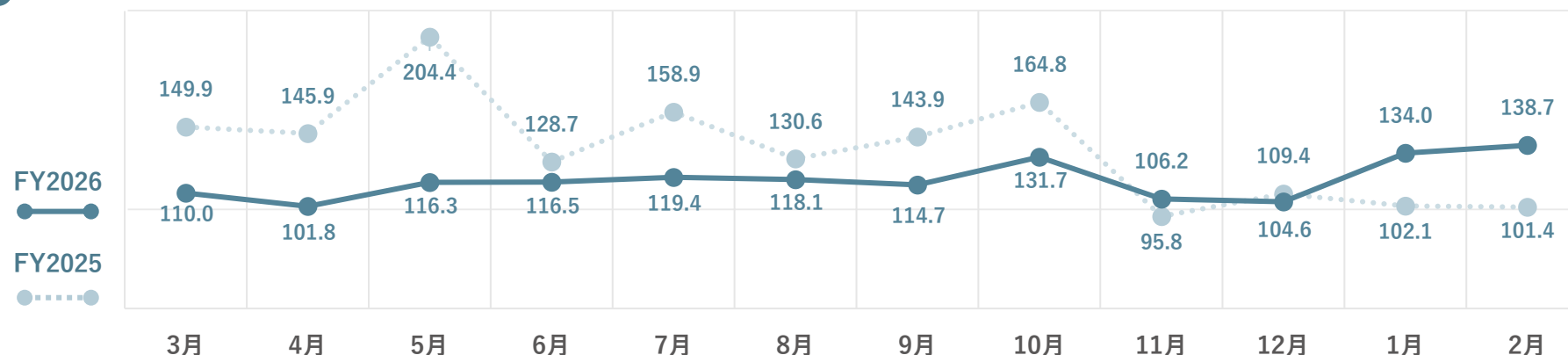
既存店

単位：%



EC

単位：%





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。