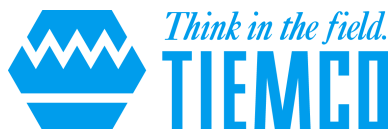


2026年1月16日版

決算説明補足資料

第 5 6 期 2 0 2 5 年 1 1 月 期



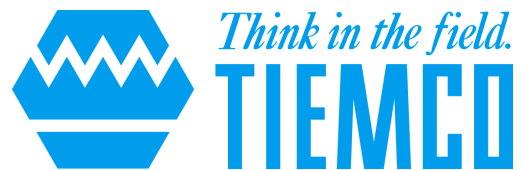
株式会社ティムコ
東証STD 7501

CONTENTS



| 区 分 | 内 容 | 頁 |
|----------------|-----------------------|-----|
| 決算概要 | 主な内容 | P4 |
| | 全 体 | P5 |
| | 四半期別 | P6 |
| | セグメント別（フィッシング事業） | P7 |
| | セグメント別（アウトドア事業） | P8 |
| | E C の状況 | P9 |
| | 輸出の状況 | P10 |
| | 輸入の状況 | P11 |
| | 新製品・自社企画品 | P12 |
| 中期的な方向性について | 強化項目の内容 | P14 |
| | 新体制の組織 | P15 |
| | ① お客様との接点の強化 | P16 |
| | ② EC分野の拡大 | P17 |
| | ③ 海外への展開 | P18 |
| | 目標値 | P19 |
| 2026年11月期 業績予想 | 業績予想 セグメント別・配当予想 | P21 |
| TOPICS | T O P I C S ①～⑩ | P23 |
| 市場調査データ | 参加人口の推移・出荷市場・小売市場データ他 | P34 |

決算概要



決算概要（主な内容）



1 増収：売上高 0.2%増

- ・売上高：3,219百万円 0.2%増
- ・要因：市況低迷・天候不順・熊被害増による野外自粛・直営店舗減少等により前期並。

2 輸出：0.3%増

- ・売上高：157百万円 0.3%増（主にフィッシング用品）
- ・要因：米国関税の影響により伸び悩む。他国で挽回し前年並を維持。

3 通信販売(自社EC)：22.0%増

- ・売上高：151百万円 22.0%増（アウトドア用品に加えてフィッシング用品も開始）
- ・要因：市況が悪い中でECに注力。フィッシング用品も新たに開始した増加も作用。

4 営業損失：98百万円

- ・円安及び物価高騰による原価率の悪化、在庫処分による売上総利益率の低下、人件費増等による経費増により営業損失が拡大。

5 当期純損失：128百万円

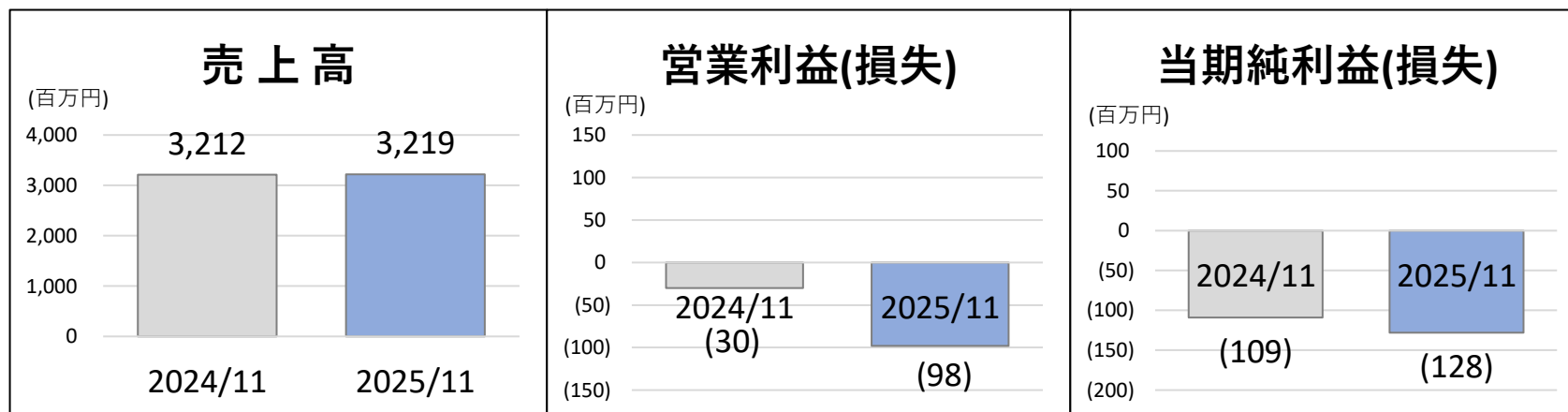
- ・繰延税金資産の一部取崩しなどによる法人税等調整額27百万円などの影響を受け、当期純損失が拡大。

決算概要（全体）



折からの市場低迷に加えて、物価高による買い控えや天候要因、熊被害増加による野外活動自粛等の要因が加わり、販売は全般に伸び悩みました。また米国関税による輸出への影響や、前期から今期にかけ閉店した直営店の売上減等があったものの、一部の釣用品や新販売の国産熊スプレー、自社ECによる販売等は好調に推移し**売上高は微増**となりました。また、円安や物価高による原価上昇や販売を後押しするためのセールによる売上総利益率の減少、人件費増による販売費及び一般管理費の増加等により、**営業損失が発生**しました。また、繰延税金資産の一部取崩しなどによる法人税等調整額27百万円などの影響を受け、**当期純損失**となりました。

| 単位：百万円 | 2024年11月 | 2025年11月 | 増減率 | 増減額 |
|-----------|----------|----------|-------|------|
| 売上高 | 3,212 | 3,219 | +0.2% | +7 |
| 営業利益（損失） | (30) | (98) | — | (68) |
| 経常利益（損失） | (24) | (85) | — | (60) |
| 当期純利益（損失） | (109) | (128) | — | (19) |



決算概要（四半期別）



1Q (12-2月)

12月の気温低下により防寒衣料好調に推移。1-2月は停滞したものの アウトド衣料の売上高が牽引。

2Q (3-5月)

売上比率高い2Qに、天候や物価による消費停滞、直営店閉店等の影響により 全体的に売上高が低迷。

3Q (6-8月)

2Qの状況に加え熊被害による野外活動自粛で市況低迷。熊スプレーが補うが 若干前期割となった。

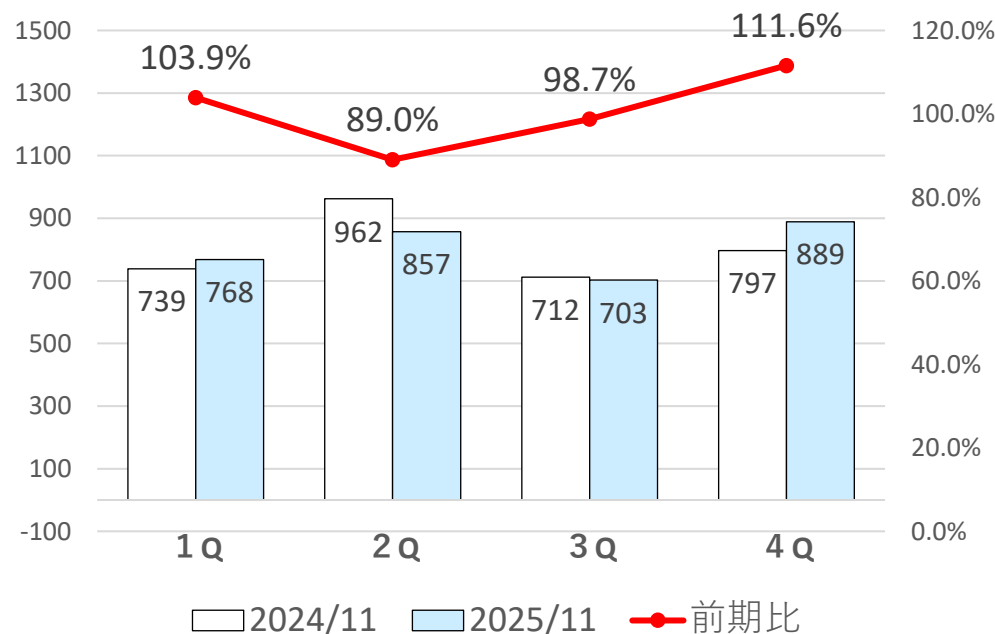
4Q (9-11月)

市況は悪い中、入荷や販促が機能し、前期閉店した直営店の売上減少の影響も減り 好調に推移した。

< 四半期別売上高の状況（百万円） >

| | 2024/11 | 2025/11 | 前年同期比 |
|-----|---------|---------|--------|
| 1 Q | 739 | 768 | 103.9% |
| 2 Q | 962 | 857 | 89.0% |
| 3 Q | 712 | 703 | 98.7% |
| 4 Q | 797 | 889 | 111.6% |

売上高 四半期 前年同期比



決算概要(セグメント別 フィッシング事業)



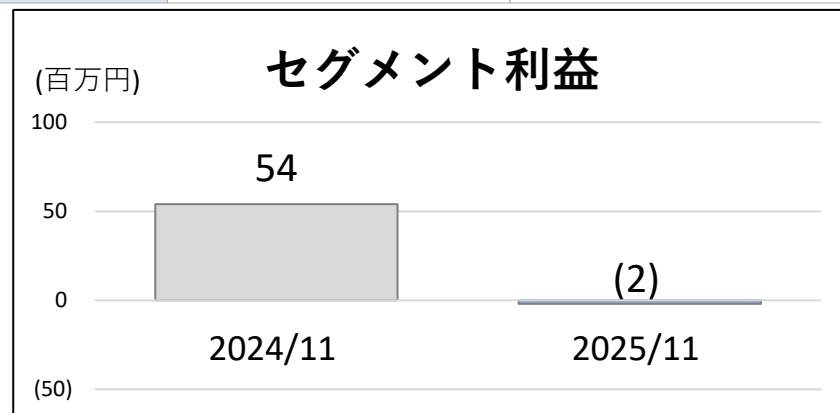
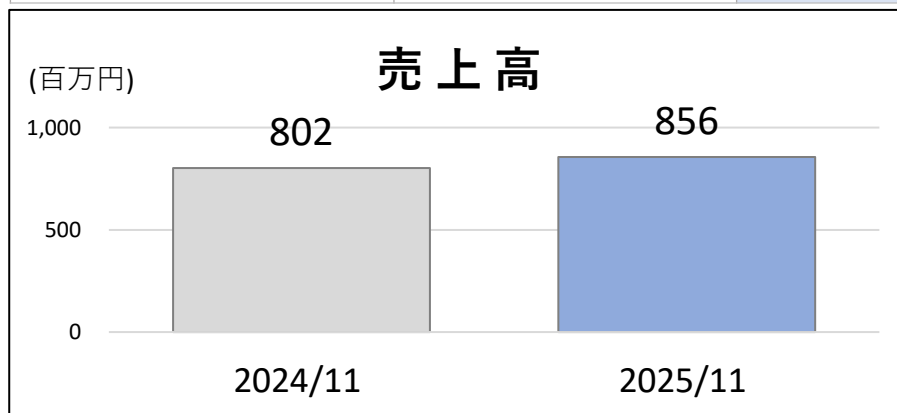
◆増加要素

- ・一部のルアー(擬似餌)やロッド(釣竿)、フライ用品の消耗品が堅調に推移した。
- ・5月下旬より新発売の熊撃退スプレーは好調に推移。
- ・自社EC開始。前年の実績はわずかだが市況全体が悪い中でEC分野は予想していたよりも堅調であった。

◆減少要素

- ・物価高による消費マインドの減退。釣用品市場全体が停滞。
- ・シーズンに入る春季に天候の不順や夏季以降の熊被害増加による釣行の減少。
- ・原価高騰及び円安に起因する商品の値上げによる買い控え。
- ・原価高騰及び円安に起因して原価率が上昇。在庫処分等により売上総利益率が低下。
- ・売上総利益率の低下及びアウトドア事業の売上減少により間接経費負担が増えセグメント利益悪化。

| 単位：百万円 | 2024/11期 | 2025/11期 | 増減率 | 増減額 |
|---------|----------|----------|--------|------|
| 売上高 | 802 | 856 | + 6.8% | + 54 |
| セグメント利益 | 54 | (2) | － % | － 56 |



決算概要(セグメント別 アウトドア事業)



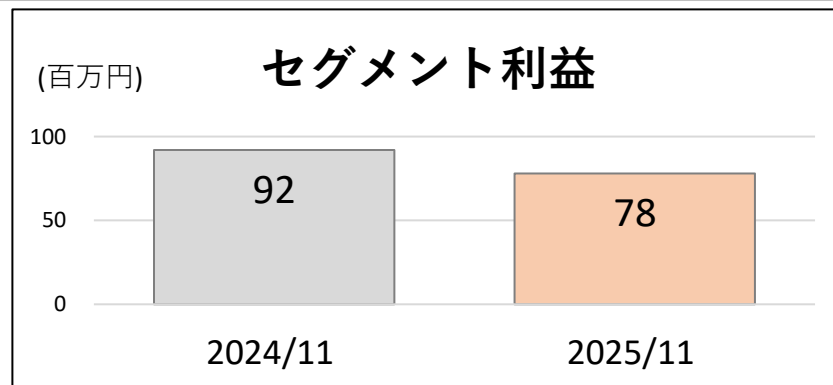
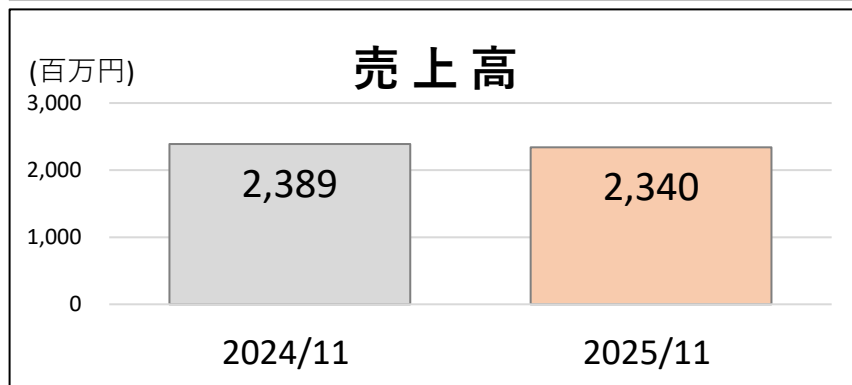
◆増加要素

- ・特に期初2024年12月の寒波及び気温低下した期末2025年11月に防寒衣料の販売が堅調であった。
- ・直営店の専売のアクセサリ等が堅調。
- ・前年閉店した直営店の減少要因が緩和された第4四半期は豊富な在庫も手伝い堅調な売上となった。

◆減少要素

- ・春季の立ち上がりが天候やコメ価格高騰等による消費マインド低下により高単価のジャケット類が苦戦。
- ・登山需要等が引き続き停滞かつ夏以降の熊被害増加による野外自粛もマイナスに作用。
- ・前年から今年にかけて閉店した直営店のマイナス分が第3四半期まで影響した。
- ・原価高騰及び円安に起因する商品の値上げによる買い控え。
- ・原価高騰及び円安に起因して原価率が上昇。在庫処分等により売上総利益率が低下。
- ・売上総利益率の低下及び人件費等の販売費及び一般管理費増加によりセグメント利益が悪化。

| 単位：百万円 | 2024/11期 | 2025/11期 | 増減率 | 増減額 |
|---------|----------|----------|---------|------|
| 売上高 | 2,389 | 2,340 | - 2.1% | - 49 |
| セグメント利益 | 92 | 78 | - 15.1% | - 13 |



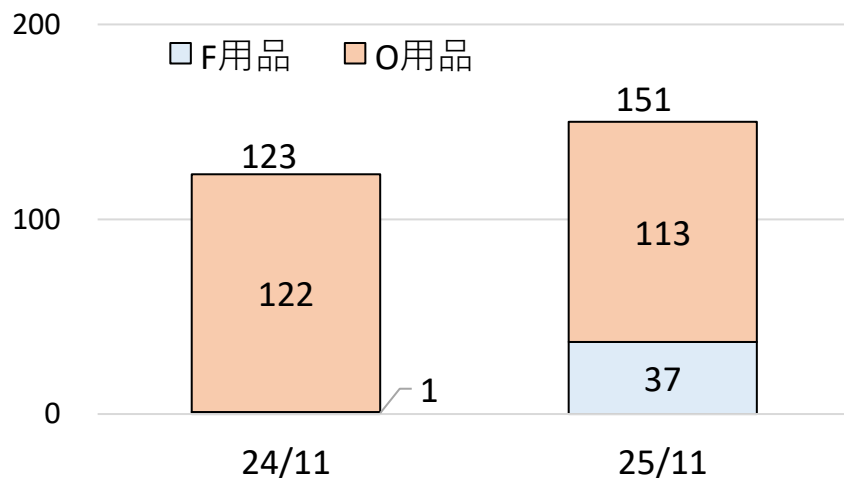
決算概要(ECの状況)



<概況>

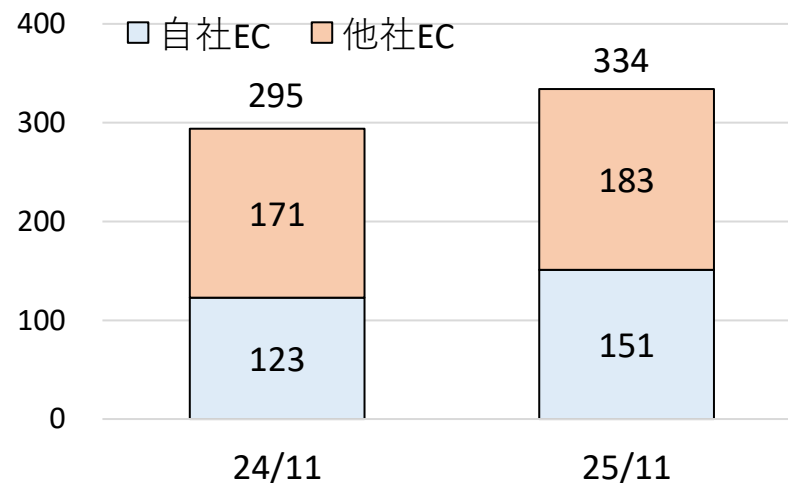
- ・市場が厳しい中でもEC関連は順調な成長を示している。
- ・自社ECは2024年11月よりフィッシング用品の販売開始が寄与。
- ・アウトドア用品はドメインがFoxfireからTIEMCOの切替へでアクセス低下により苦戦。
後半にかけては学習が進みアクセス向上し売上の回復が見られた。
- ・他社ECはAmazonがメインではほぼアウトドア用品で占められている。

自社EC (百万円)



| | 24/11 | 25/11 | 前期比 | 増減 |
|-----|-------|-------|---------|----|
| F用品 | 1 | 37 | 2671.4% | 36 |
| O用品 | 122 | 113 | 92.8% | -8 |
| 合計 | 123 | 151 | 122.0% | 27 |

自主管理EC=自社+他社EC (百万円)



| | 24/11 | 25/11 | 前期比 | 増減 |
|------|-------|-------|--------|----|
| 自社EC | 123 | 151 | 122.0% | 28 |
| 他社EC | 171 | 183 | 106.6% | 12 |
| 合計 | 295 | 334 | 113.1% | 39 |

決算概要(輸出の状況)



<概況>

輸出品目はフライフィッシング用品が中心。

輸出拡大を見込んでいたが米国の関税により停滞。他の国で補ったことで前年並を維持。

<主な国別状況>

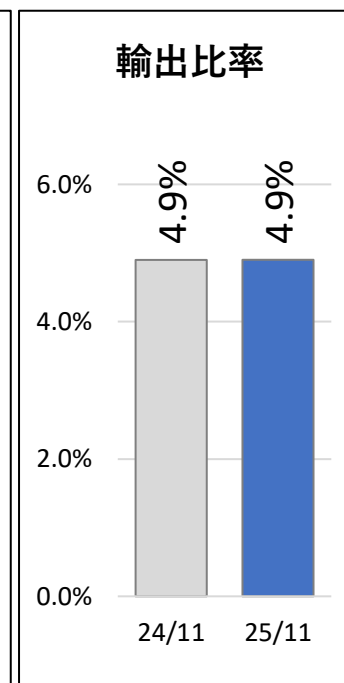
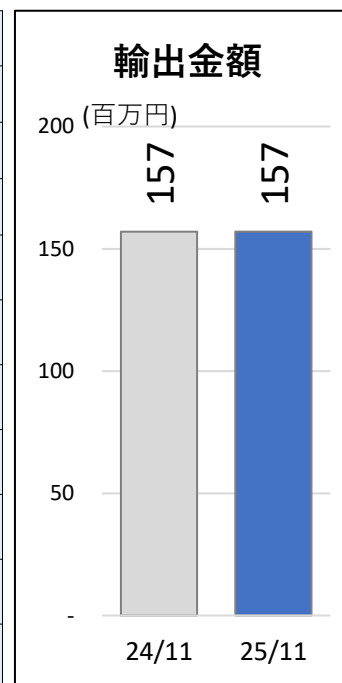
スリランカ：米国へ供給する毛鉤の生産拠点。昨年仕入分の在庫調整。米国関税による影響も作用。

アメリカ：米国の需要は上昇基調にあるものの、トランプ関税により停滞した。

スウェーデン：フライ用品を中心とした展開。

オーストラリア：ルアー（擬似餌）を中心とした展開。

| | 2024/11期 | | 2025/11期 | |
|--------------|-------------|-------|---------------|-------|
| 売上高 | 3,212百万円 | | 3,219百万円 | |
| 輸出金額 | 157百万円 | | 157百万円 | |
| 輸出比率 | 4.9% | | 4.9% | |
| 輸 出 シ ェ ア | ス リ ラ ン カ | 29.0% | ス リ ラ ン カ | 18.1% |
| | ア メ リ カ | 17.7% | ア メ リ カ | 16.6% |
| | フ ラ ン ス | 7.3% | ス ウ ェ ー デ ン | 10.5% |
| | ス ウ ェ ー デ ン | 6.6% | オ ー ス ト ラ リ ア | 7.0% |
| | 中 国 | 5.0% | 韓 国 | 6.3% |
| | イ タ リ ア | 4.2% | イ タ リ ア | 5.7% |
| | そ の 他 | 30.0% | そ の 他 | 35.8% |



決算概要(輸入の状況)



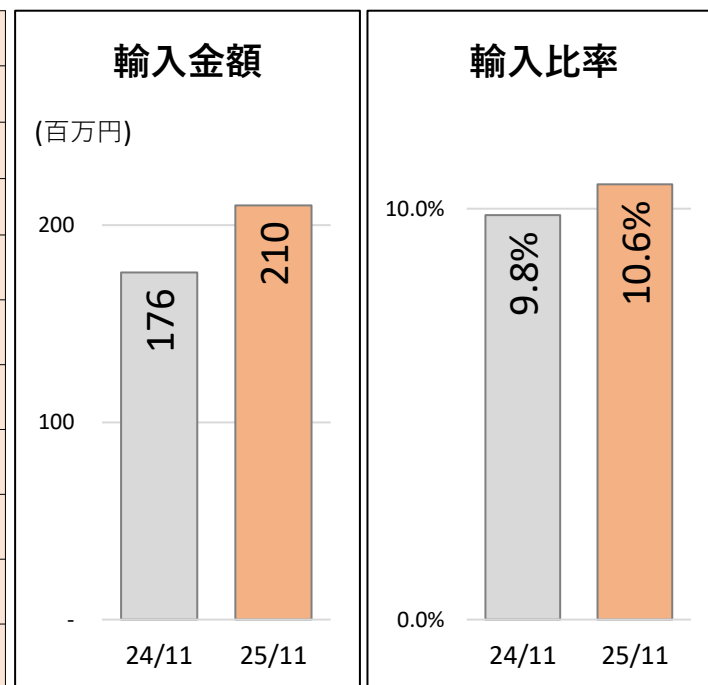
<概況>

海外の取引先から仕入れを輸入として計上しており フィッシング用品が中心。
 昨年国内低迷で輸入金額が落ちたが、依然 円安基調で仕入総額は大きくは伸びていない。

<主な国別状況>

アメリカ：釣用品の国内需要低迷の影響により減少。
 スウェーデン：ロッド（釣竿）リールを中心とした輸入増加のため。

| | 2024/11期 | | 2025/11期 | |
|--------------|-----------|-------|-------------|-------|
| 仕入金額 | 1,791百万円 | | 1,990百万円 | |
| 輸入金額 | 176百万円 | | 210百万円 | |
| 輸入比率 | 9.8% | | 10.6% | |
| 輸 入 シ ェ ア | ア メ リ カ | 40.6% | ア メ リ カ | 30.3% |
| | 中 国 | 20.9% | 中 国 | 21.5% |
| | 韓 国 | 18.4% | 韓 国 | 20.5% |
| | 台 湾 | 12.4% | 台 湾 | 16.5% |
| | パ キ ス タ ン | 1.7% | ス ウ ェ ー デ ン | 3.9% |
| | カ ナ ダ | 1.7% | パ キ ス タ ン | 1.7% |
| | そ の 他 | 4.3% | そ の 他 | 5.6% |

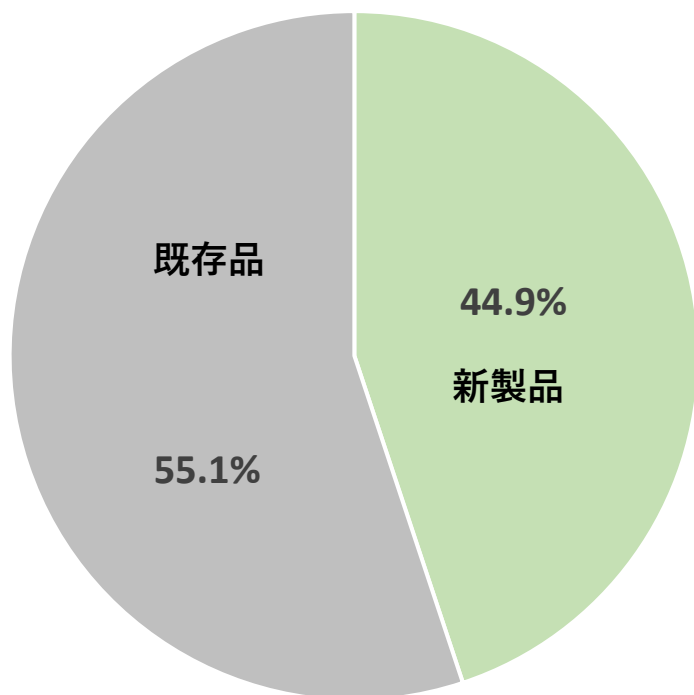


決算概要（新製品・自社企画品）



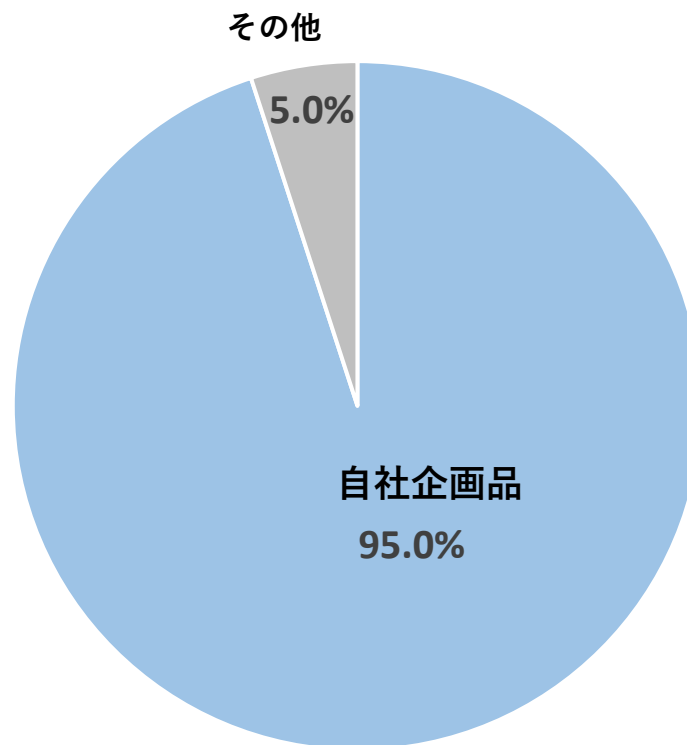
新製品販売比率

約45%が新製品

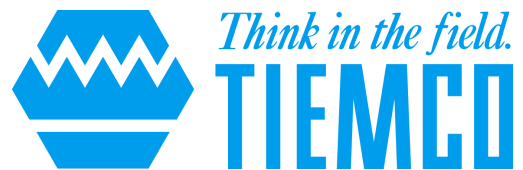


自社企画品販売比率

9割以上が自社企画品



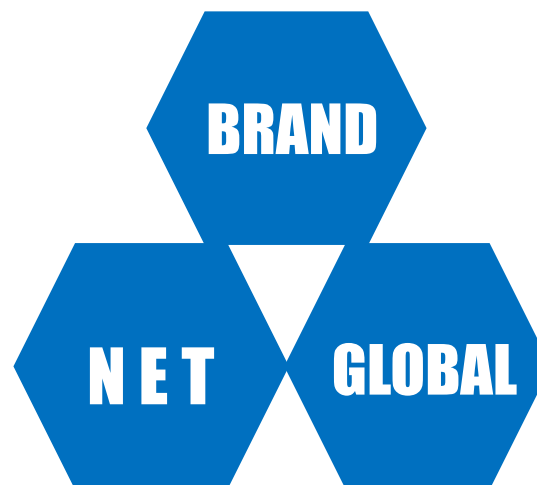
中期的な方向性



下記強化項目をテーマに引き続き実行してまいります。

強化項目

- ① お客様との接点の強化
- ② EC分野の拡大
- ③ 海外への展開



中期的な方向性（新体制の組織）

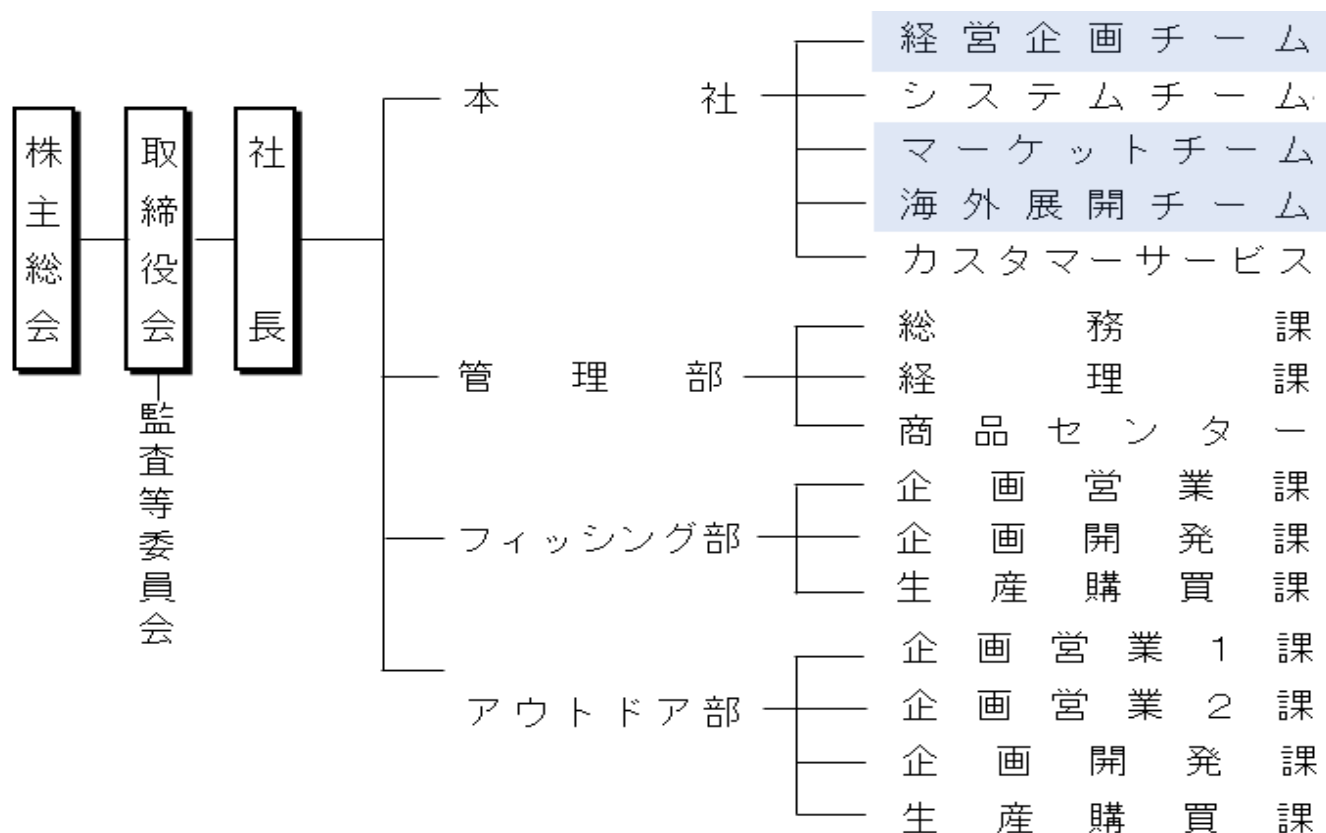


①お客様との接点の強化、②EC分野の拡大、③海外への展開強化

重点3項目の具現化のために2025年12月1日より新体制に。

フィッシング部、アウトドア部内にあった、

プロモーション、EC、海外展開を独立して本社直轄として機動力強化へ



① お客様との接点の強化



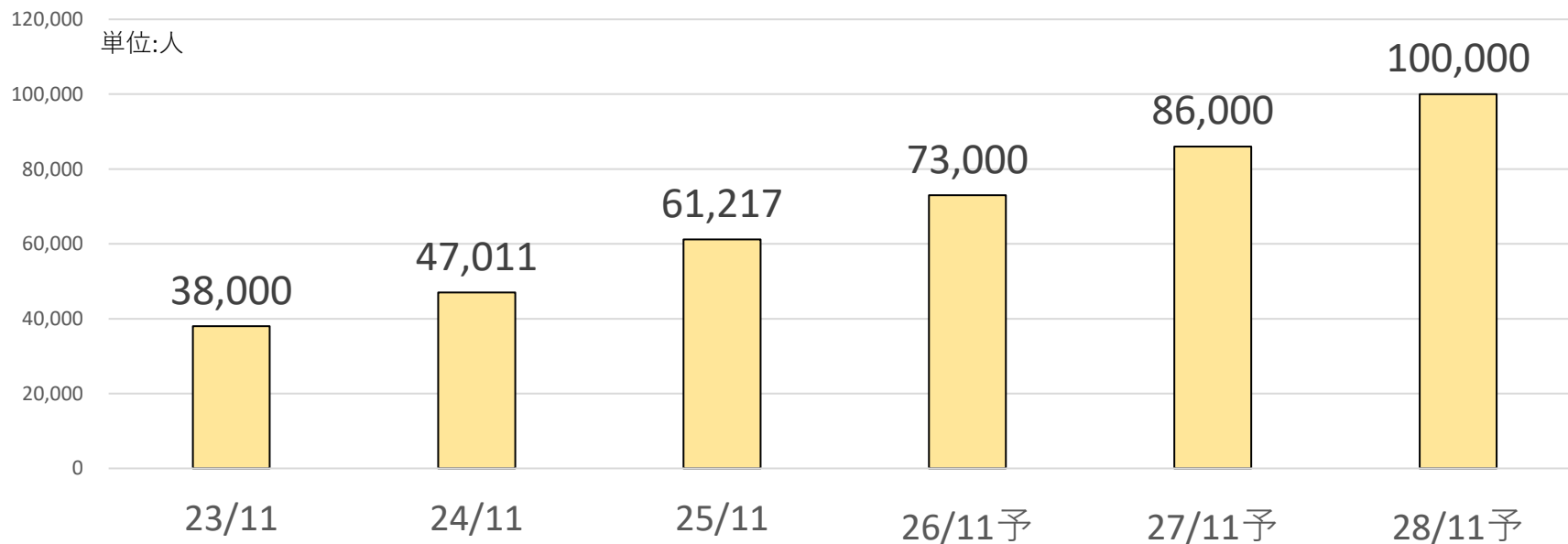
○ 会員数の拡大 現在6万人 → 3年後（28/11）に10万人

- ・ 初年度目標を達成。**1年前倒しで実現する計画**で進行 (当初29/11で10万人)

○ プロモーション体制強化（HP/SNS/店頭全て）

- ・ 新組織にて**WEB/リアル共にTIEMCO全体のプロモーション品質を底上げ**
- ・ 部門個別に行っていたプロモーションを**全体一体で実行する体制に進化**

【会員数の推移】

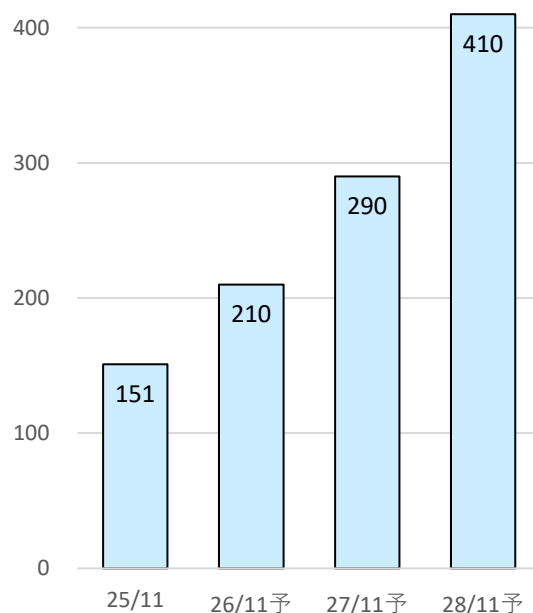


② EC分野の拡大

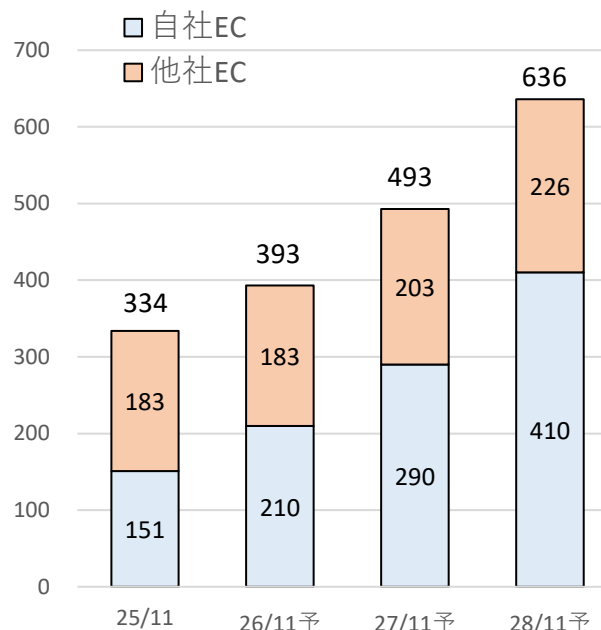
■ 自社EC比率+管理他社EC比率：10.4% → 3年後約16%へ → 将来的25%目標

- ・ 今後は自社ECの拡大をベースに他社ECも伸ばしていく計画。
- ・ 自社EC比率は現在5.9%であるが、3年後には**自社EC比率約10%**に。
- ・ **自社EC+管理他社ECで3年後EC比率16%**を目指す。**将来的には25%**の比率が目標。

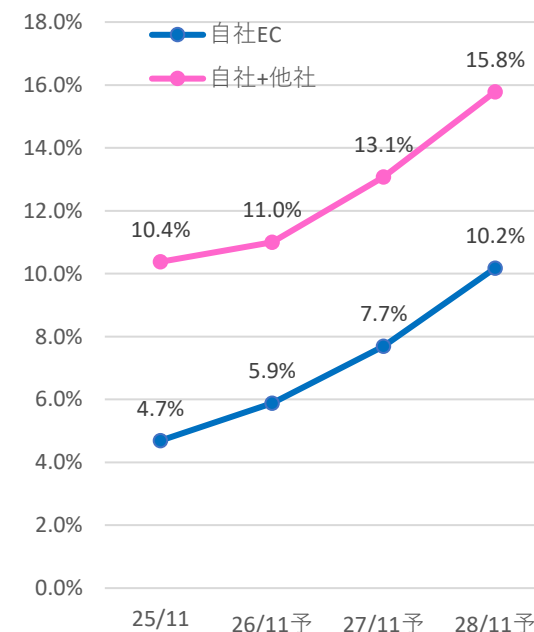
自社EC（百万円）



自社+他社EC（百万円）



EC化比率の推移



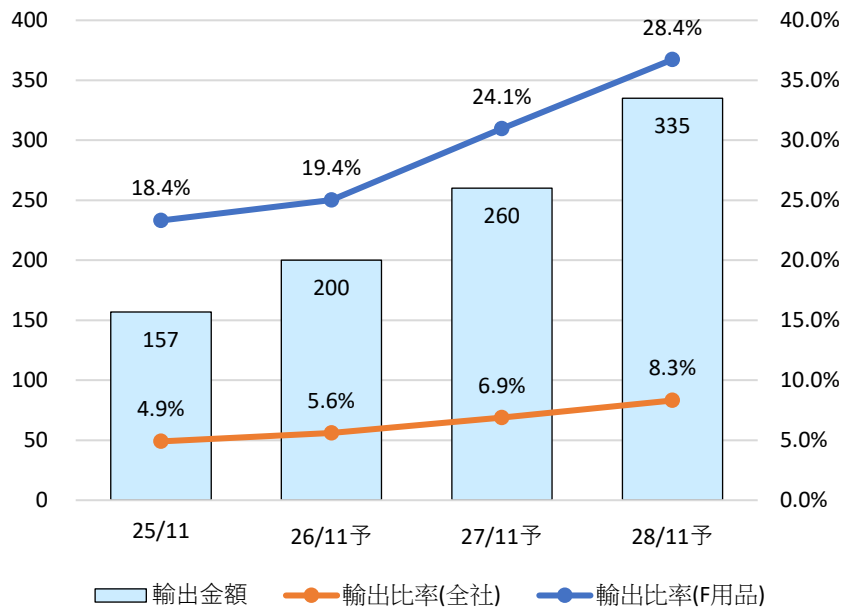
③ 海外展開の強化

○ 全社輸出比率：現在4.9% → 3年後**8.3%**

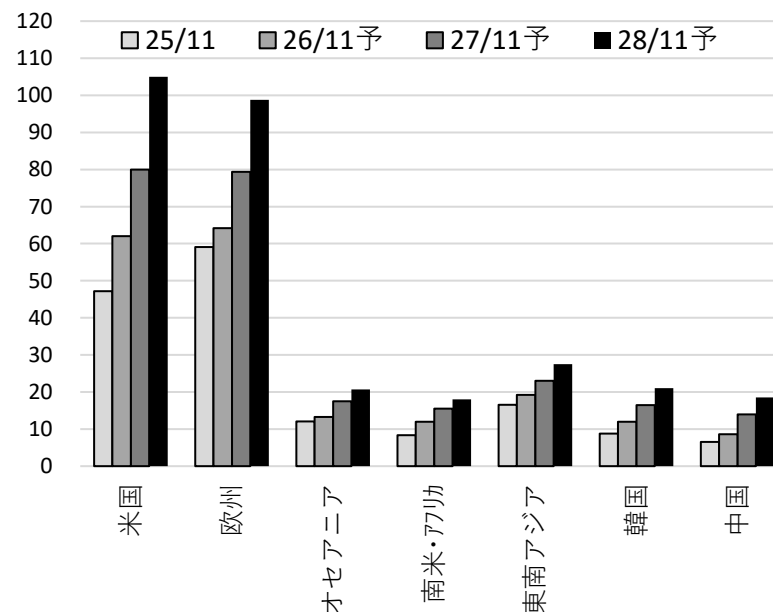
○ F用品輸出比率：現在18.4% → 3年後**約28%** ルアーの輸出を強化。

○ 米国と欧州が重点エリア **展開アイテム拡大**(ロッド・リール・ルアー等)

輸出の状況（百万円・%）



エリア別輸出額（百万円）



中期的な方向性（目標値）

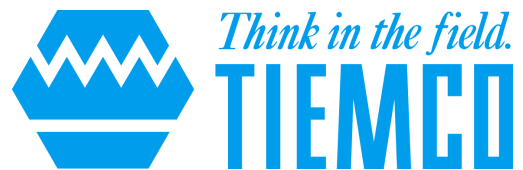


3年後に 売上高 40億円以上 営業利益率 4.9%以上を目指します。
利益状況は改善基調にあります但早期目標達成に向けて取り組んでまいります。

- 売上高：その他売上を加えると**3年後には40億**を超える計画に。
- 営業利益：**3年後には営業利益率 5%**を目指す。
- 当期純利益：**26/11期には黒字化**。ROE向上のため利益水準の向上を目指す。

| | 2026年11月期 (予想) | 2027年11月期 (予想) | 2028年11月期 (予想) |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 3,572百万円 | 3,770百万円 | 4,029百万円 |
| 営業利益 (営業利益率) | 28百万円 (0.8%) | 104百万円 (2.8%) | 197百万円 (4.9%) |
| 1株当たり利益 (EPS) | 6.46円 | 25.04円 | 47.65円 |
| 株主資本利益率 (ROE) | 0.4% | 1.4% | 2.7% |

当期の計画について



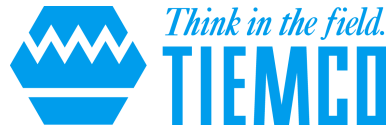
2026年11月期 業績予想 セグメント別・配当予想



フィッシング事業、アウトドア事業ともに**増収計画**となっています。
全般に**ECの強化**と**海外展開の強化**が軸となる他、熊よけスプレー等の拡大の他、
様々な**新製品の展開**も予定をしております。売上拡大と効率化を図り利益水準の底
上を行ってまいります。なお、配当は12円00銭を予定しております。

| 単位：百万円 | 2025年11月期 (実績) | 2026年11月期 (予想) | 増減率 | 増減額 |
|----------|-------------------|-------------------|--------|------|
| フィッシング事業 | 856 | 1,030 | +17.3% | +139 |
| アウトドア事業 | 2,340 | 2,520 | +11.3% | +271 |
| その他 | 21 | 22 | ±0% | ±0 |
| 全社合計 | 3,219 | 3,572 | +12.7% | +408 |
| 配 当 | 12円00銭 | 12円00銭 | －円 | ±0円 |

TOPICS



TOPIC① NANGA × Foxfire 5th



NANGAコラボ2025(第5弾)。「GORE-TEX WS フィッシングダウンジャケット」の新仕様、「GORE-TEX WS Fishing Down スタンダードカラー」、「ダウンマスラー」の3モデル展開。リサイクルダウン仕様です。



Foxfire × NANGA
GORE-TEX WS Fishing Down
Stand Collar Jacket 2025



Foxfire × NANGA
DOWN MUFFLER



Foxfire × NANGA
GORE-TEX WS Fishing Down
Jacket 2025

TOPIC② もののけ姫 × Foxfire



2023年の『となりのトトロ』から始まったFoxfire × スタジオジブリコレクションの第三弾として、『もののけ姫』とのコラボレーションが実現しました。人間と自然の二面性や両者の関係性を描いた本作は、世代や国境を超えて多くの人を魅了しています。その作品世界をイメージしてつくられたアウトドア仕様でありながらも、タウンユースとしても楽しめる全12アイテムをラインアップしました。(2024年11-2025年3月)



サン ホローマグ



アシタカ ホローマグ



シシ神の森 トート



シシ神の森 ショルダーバッグ



タタリ神アームカバー



ディダラボッチ ビーニー



サン キャップ



シシ神 プルオーバー



シシ神の森 ツールベスト



モロの君 フリースジャケット



アシタカ ジャケット



ディダラボッチ ダウンジャケット

TOPIC③ PESCALY × Foxfire



漁師も認める高機能ソックス「PESCALY」と「Foxfire」のコラボレーション（2025年3月）

富山に本社を構える高機能ソックスやレグウェアを製造する助野株式会社。しろえび漁が盛んな富山県射水市の新湊で、過酷な作業をする漁師たちの足元を支えるソックスを製造しています。同じ水辺でフィッシングギアを展開するFoxfireとの共通項からコラボレーションがスタート。フィッシングをはじめ様々なアウトドアシーンにも最適なMade in JAPANの高機能ソックスが完成しました。



TOPIC④ WILD MOUSE Tシャツ

「野良ネズミ」のパッケージキャラクター「ワイルドマウス」シリーズ発売（2025年3月）

ティムコの名作ルアー「野良ネズミ」のキャラクターをモチーフにした「ワイルドマウス」シリーズにキャップ、ハットに加えてTシャツが仲間入り。ヘビーウェイトコットンを使用しました。



TOPIC⑤ 釣りキチ三平 × Foxfire



2025年釣りキチ三平とのコラボのTシャツを発売（2025年4月）
理想の川を実現する当社の活動“River Of Dreams”の一環としてのチャリティとして実現しました。



**Good Things
for Fish & Nature**

三平と考える理想の川

RIVER OF DREAMS

釣りキチ三平 × Foxfire



TOPIC⑥ Foxfire ONE FUKUOKA



Foxfire ONE FUKUOKA 2025年4月24日(木)オープン

福岡市天神エリアの新たなランドマーク「ONE FUKUOKA BLDG.」の4階にオープンしました。



◆ **ONE FUKUOKA BLDG. 福岡県福岡市天神1-11-1**

西日本鉄道株式会社が運営する地上19階、地下4階の総合施設です。地下2階～地上5階はショップ&レストラン、6-7階はスカイロビー、8-17階はオフィスフロア、18-19階はホテルで構成されます。

TOPIC⑦ 「熊一目散」 発売



国産初の 熊撃退スプレー 「熊一目散」 発売 2025年5月25日

動物医薬品メーカー・バイオ科学（本社：徳島県）が、熊研究の第一人者・酪農学園大学の佐藤喜和教授と共同で研究開発。国産初の熊撃退スプレー。当社は製造元より釣具店・アウトドア店等における販売権を得ることができました。

スプレーノズルは緊急時でも咄嗟に噴出しやすいユニバーサルデザイン形状。

高品質・高信頼で、操作性にも優れながら、海外ブランド製品の半値以下の価格帯を実現。熊をはじめとする害獣の脅威にさらされる多くの方へ、手軽・身近な熊撃退スプレーとなっています。

ボトルはアルミ耐圧缶を採用。軽量丈夫で女性も握りやすい太さ。カプサイシン2%以上配合。環境に配慮したLPガスを使用(HFC不使用)。

【噴射距離】 約10m

【噴射時間】 約10秒

【対象動物】 ヒグマ、ツキノワグマ、イノシシ、サルなどの獣

TOPIC⑧ Fenwick World Class VISTA



Fenwick World Class Vista 発売キャンペーン (2025年6月)

当社が取り扱うフィッシングロッド Fenwick ブランドの World Class Vista(ワールドクラスビスタ)は、あらゆるフィールドで卓越した性能を発揮するマルチピースロッドです。

発売を記念して、オンラインストアにてお買い上げいただいたお客様限定で「コインケース」

「モーテリキーホルダー」「一合升」等ユニークなプレゼントキャンペーンを実施しました。



Limited

【オンラインストア限定】

ノベルティプレゼントキャンペーン

オンラインストアでFenwick「Vista」シリーズをご購入のお客様限定

【オリジナルノベルティ】を先着50名様にプレゼント！



コインケース



モーテルキー



一合升

TOPIC⑨ 上野村小学校 フライ体験



群馬県上野村小学校5年生向けにフライフィッシング体験教室を上野村漁協様と開催しました。学校裏の神流川で水生昆虫の採取と観察、餌釣り（ズーコン釣り）からはじまり教室に戻り初めてのフライタイイング、その後に校庭でフライキャスティング体験などをしていただきました。2025年6月24日開催

当社は2024年に上野村様、上野村漁協様、株式会社スノーピーク様と包括連携協定を締結しておりますが、今後とも当エリアとの協力により、地域創生と釣り文化の発展に寄与して参ります。



TOPIC⑩ Foxfire南町田グランベリーパーク

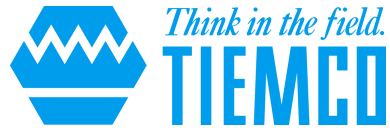


Foxfire南町田グランベリーパークOPEN（2025年9月10日）

南町田グランベリーパークのセントラルコート 1F に期間限定（2025年9月～2026年3月）でオープン。同施設は約220店舗がアウトレット複合商業施設。アウトドアブランドの outlet も多く平日休日を問わず数多くのお客様が利用される地域密着型の施設となります。

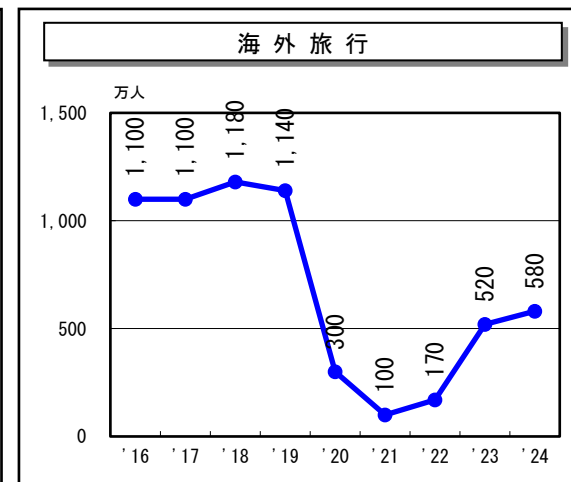
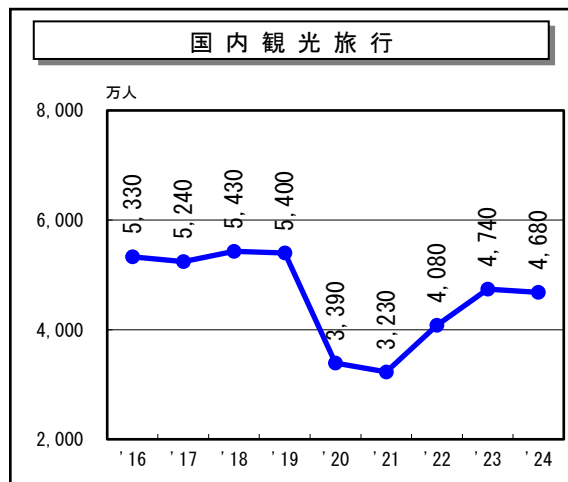
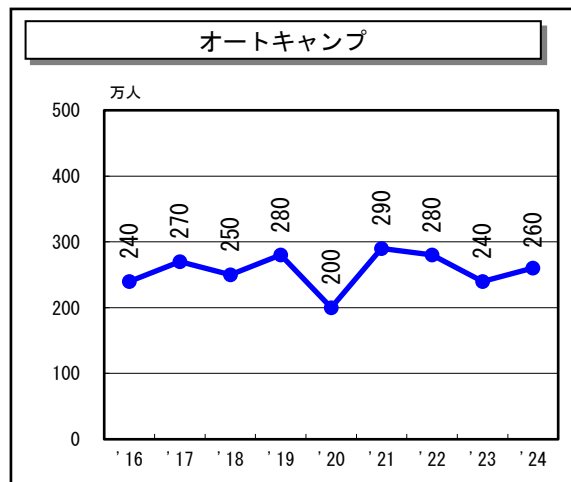
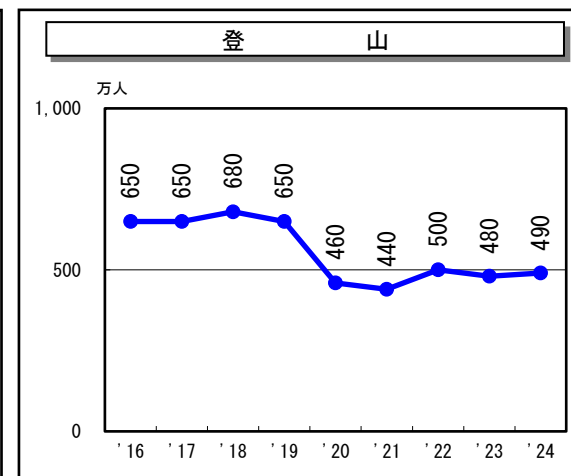
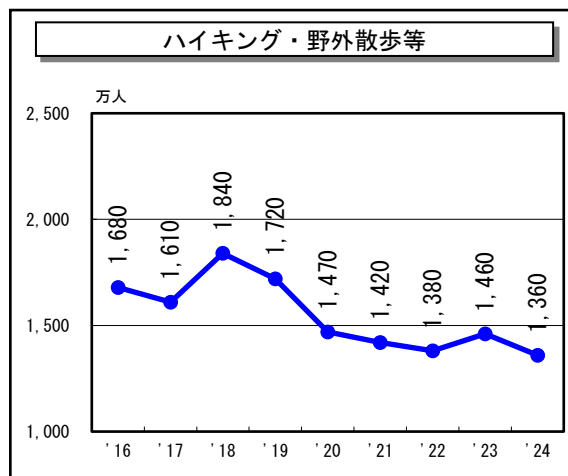
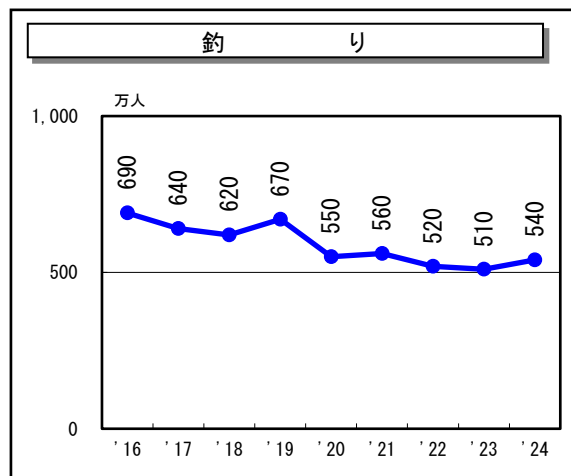


市場調査データ



参加人口の推移

当社の事業に関連するアクティビティの参加人口をピックアップしています。



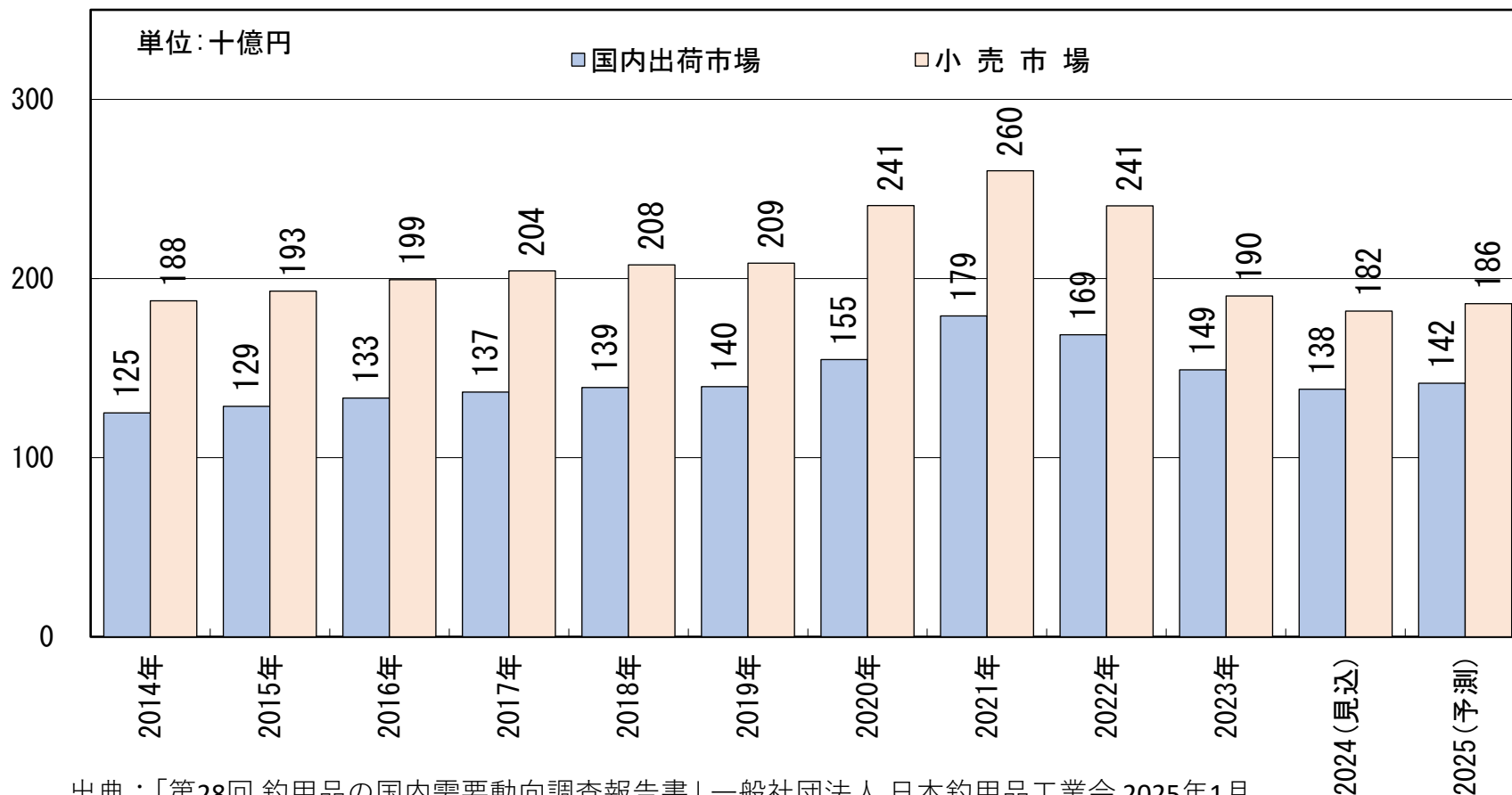
出典「レジャー白書2025」 公益財団法人 日本生産性本部 2025年10月

釣用品市場規模の推移

< 2つのグラフの意味 >

国内出荷市場：メーカーから小売店への出荷額の国内総計

小売市場：小売店より消費者等への販売額の国内総計



出典：「第28回 釣用品の国内需要動向調査報告書」一般社団法人 日本釣用品工業会 2025年1月

釣種別の国内出荷規模



国内出荷規模（メーカーから小売店への出荷額）を釣種別に分類した表です。
色のついたセルは当社に関係する釣種になります。

| 釣 種 | 2022 | | 2023 | | | 2024見込) | | |
|-------------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|--------|--------|
| | 金 額 | 構成比 | 金 額 | 構成比 | 前年比 | 金 額 | 構成比 | 前年比 |
| ルアーフィッシング | 109,183 | 64.8% | 90,843 | 60.9% | 83.2% | 85,798 | 62.1% | 94.4% |
| バ ス | 29,349 | 17.4% | 27,197 | 18.2% | 92.7% | 23,162 | 16.8% | 85.2% |
| ソ ル ト | 70,722 | 41.9% | 58,269 | 39.1% | 82.4% | 56,751 | 41.1% | 97.4% |
| ト ラ ウ ト 他 | 6,112 | 5.4% | 5,377 | 3.6% | 59.0% | 5,885 | 4.3% | 109.4% |
| フライフィッシング | 2,634 | 1.6% | 2,659 | 1.8% | 100.9% | 2,064 | 1.5% | 77.6% |
| ルアー・フライ小計 | 111,817 | 66.3% | 93,502 | 62.7% | 83.6% | 87,862 | 63.6% | 94.0% |
| 投 げ 釣 り | 3,941 | 2.3% | 4,008 | 2.7% | 101.7% | 3,445 | 2.5% | 86.0% |
| 磯・波 止 め 釣 り | 22,361 | 13.3% | 20,013 | 13.4% | 89.5% | 18,106 | 13.1% | 90.5% |
| 船 釣 り | 20,499 | 12.2% | 17,424 | 11.7% | 85.0% | 17,187 | 12.4% | 98.6% |
| 溪 流 釣 り | 1,627 | 1.0% | 1,660 | 1.1% | 102.0% | 1,701 | 1.2% | 102.5% |
| ア ユ 釣 り | 5,083 | 3.0% | 5,190 | 3.5% | 102.1% | 4,688 | 3.4% | 90.3% |
| ヘ ラ ブ ナ 釣 り | 5,022 | 3.0% | 5,423 | 3.6% | 108.0% | 4,353 | 3.2% | 80.3% |
| そ の 他 | 1,270 | -1.0% | 1,890 | 1.3% | -109.2% | 788 | 0.6% | 41.7% |
| 合 計 | 168,620 | 100.0% | 149,110 | 100.0% | 88.4% | 138,130 | 100.0% | 92.6% |

出典：「第28回 釣用品の国内需要動向調査報告書」一般社団法人 日本釣用品工業会 2025年1月

アウトドア用品の国内出荷規模①

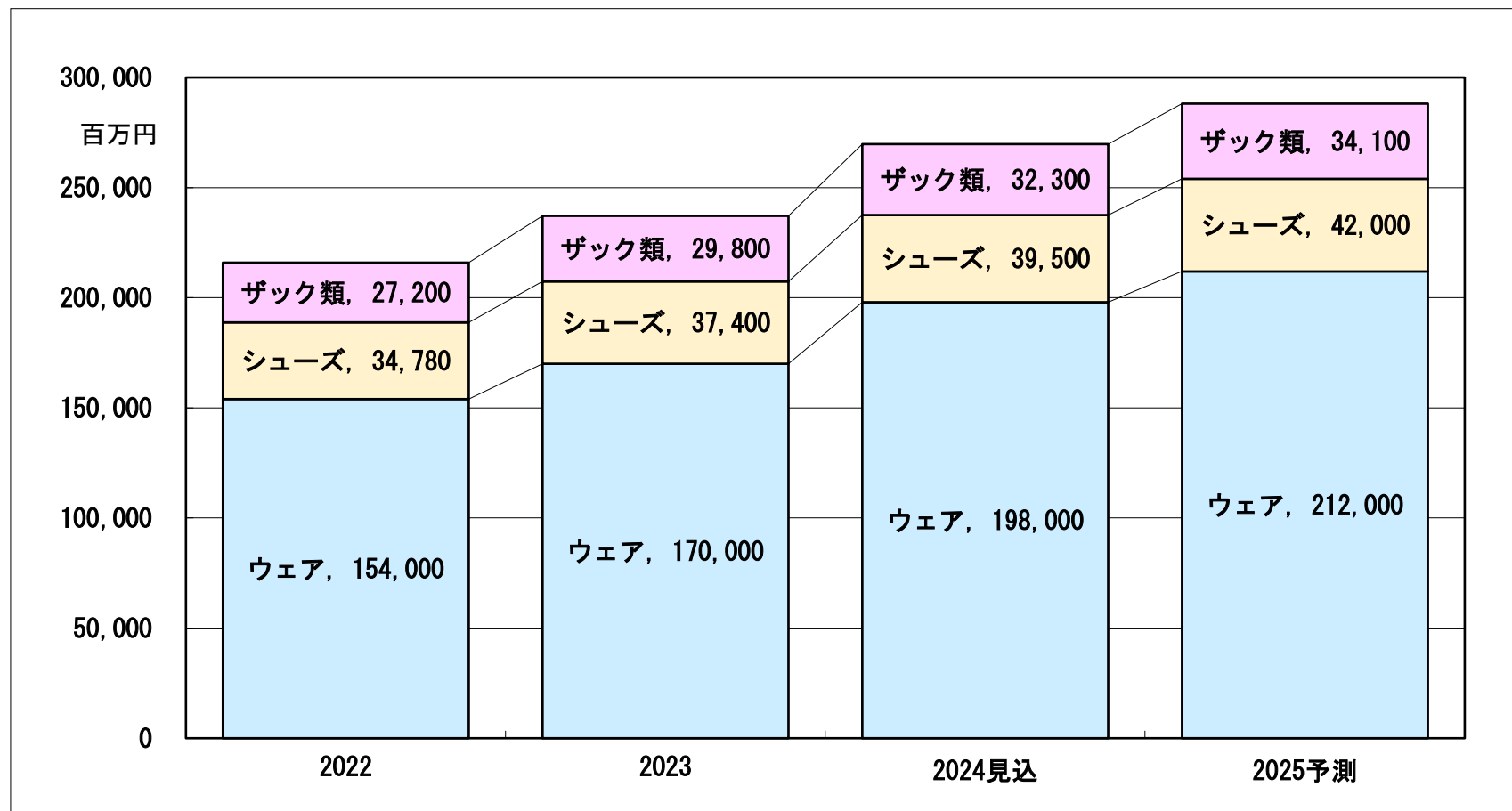


国内出荷規模（メーカーから小売店への出荷額）を商品別に分類した表です。
色のついたセルは当社に関係するジャンルになります。

| 分 類 | 2022 | 2023 | | 2024見込 | | 2025予測 | |
|-------------------|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | 出荷額 | 出荷額 | 前年比 | 出荷額 | 前年比 | 出荷額 | 前年比 |
| ア ウ ト ド ア ウ ェ ア | 154,000 | 170,000 | 110.4% | 198,000 | 116.5% | 212,000 | 107.1% |
| ア ウ ト ド ア シ ュ ー ズ | 34,780 | 37,400 | 107.5% | 99,500 | 105.6% | 42,000 | 106.3% |
| ザ ッ ク 類 | 27,200 | 29,800 | 109.6% | 32,300 | 109.4% | 34,100 | 105.6% |
| テ ン ト ・ タ ー プ 類 | 26,400 | 19,200 | 72.7% | 15,600 | 81.6% | 15,000 | 95.8% |
| シ ュ ラ フ | 7,800 | 6,000 | 76.9% | 6,000 | 100.0% | 6,100 | 1017% |
| 照 明 器 具 | 4,800 | 3,500 | 72.9% | 2,850 | 81.4% | 2,770 | 91.2% |
| 調 理 器 具 ・ 食 器 類 | 11,800 | 9,300 | 82.3% | 6,600 | 71.7% | 6,360 | 96.4% |
| テ ー ブ ル ・ チ ェ ア | 14,100 | 11,200 | 79.4% | 11,200 | 100.0% | 11,230 | 100.3% |
| ク ー ラ ー ・ ジ ャ グ 類 | 7,100 | 5,900 | 83.1% | 7,500 | 127.1% | 8,100 | 108.0% |
| そ の 他 | 23,200 | 18,800 | 79.3% | 18,700 | 99.5% | 20,300 | 108.6% |
| 合 計 | 311,180 | 311,100 | 100.0% | 338,310 | 108.7% | 357,960 | 105.8% |

アウトドア用品の国内出荷規模②

当社に関連する商品ジャンルのみをピックアップした国内出荷規模（メーカーから小売店への出荷額）のグラフになります。





Think in the field.
TIEMCO

<当資料に関するお問い合わせ>

株式会社ティムコ 経営企画チーム

TEL 03-5600-0122 FAX 03-5600-0302

メールでのお問い合わせは下記のアドレスまたは右のQRコード
より I R お問い合わせ画面にアクセスいただけます。

<https://tiemco.tayori.com/f/inquiry-form-ir/>

IRお問い合わせ専用



注) 本資料は、当社の業績概要の提供を目的とするものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は注記のない限り開示時点の決算データ及び直近の事業データに基づいて作成されております。
本資料に記載された意見や予測などは、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。