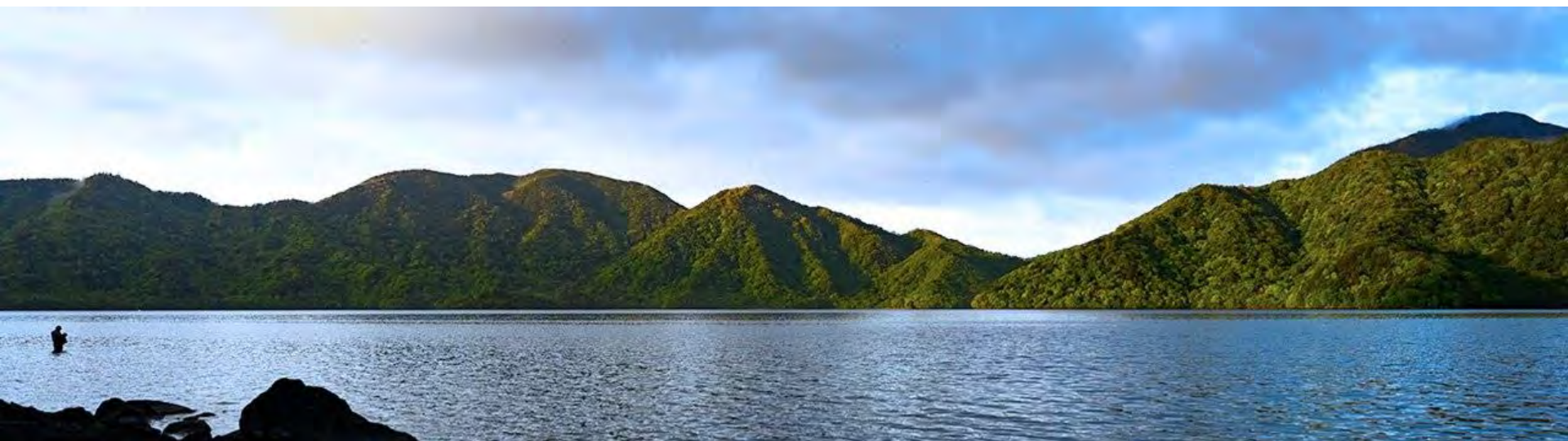


決算説明補足資料

2023年11月期 第2四半期



(東証STD：7501)

2023年7月12日

目次

■ ハイライト	P.3
■ 2023年11月期第2四半期決算概要	
・ 全社	P.5
・ セグメント別	P.7
・ 販売経路別売上高	P.10
・ 月別売上高	P.12
・ 新製品・自社企画品販売比率	P.14
・ 輸出と輸入の状況	P.16
■ 業績予想	P.19
■ 施策と進捗状況	P.21
■ 直近のトピックス	P.24
■ APPENDIX	P.28

ハイライト

増収・増益

1 増収：7.4%増加

- ・売上高：2023/1-2Q **1,814百万円**（前年同期比：125百万円増、7.4%増加）
- ・要因：アウトドア事業が伸長（前年同期比：144百万円増、12.8%増加）

2 大幅な増益：営業利益82.4%増加

- 【要因】（+）アウトドア事業のセグメント利益が**85.5%**、金額にして**54百万円**増加
- ・営業利益： **125百万円** 82.4%増加、56百万円増加（前年同期：68百万円）
 - ・経常利益： **124百万円** 64.9%増加、49百万円増加（前年同期：75百万円）
 - ・四半期純利益： **98百万円** 44.9%増加、30百万円増加（前年同期：67百万円）

3 国内小売店：売上高9.0%増加

- ・売上高：**1,430百万円** 9.0%増加、117百万円増加（前年同期：1,312百万円）
- ・要因：ターミナルを中心とした百貨店やショッピングセンターなどの商業施設に客足が回復

4 国内自社通販：売上高17.1%増加

- ・売上高：**56百万円** 17.1%増加、8百万円増加（前年同期：48百万円）
- ・要因：Foxfireの会員制度が本格稼働

2023年11月期第 2 四半期決算概要 (全社)

決算概要（全社）

2023年11月期 1 - 2 Q

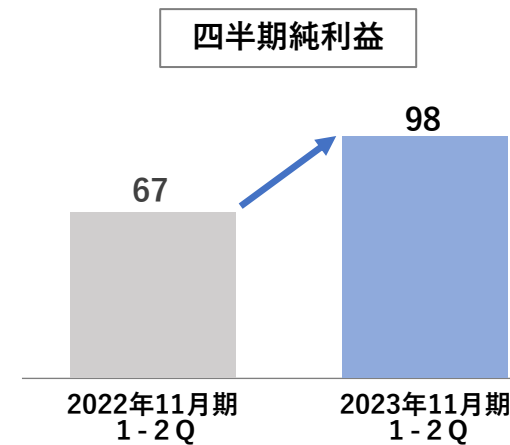
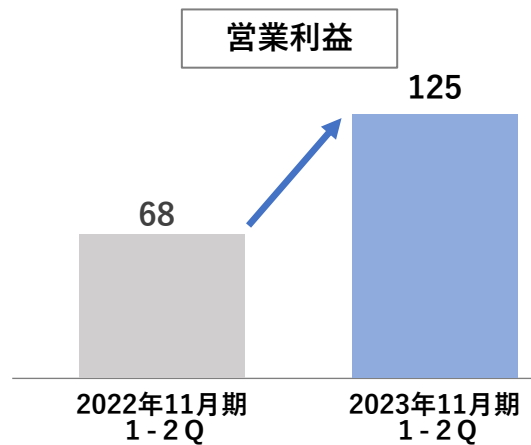
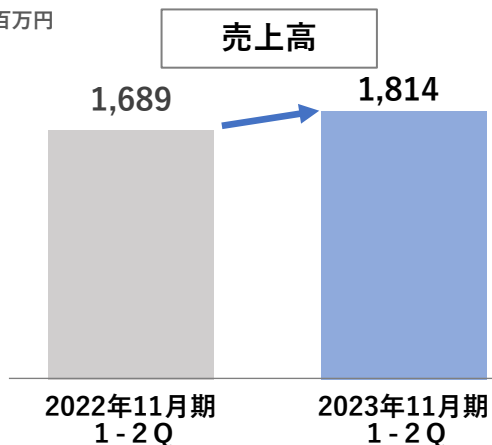
増収・増益

（要因）

フィッシング事業は苦戦したが、アウトドア事業が順調に推移。
アウトドア衣料品市場は、ターミナルを中心とした商業施設に客足が回復したことや、旅行需要の回復により伸長。

単位：百万円	2022年11月期 1 - 2 Q	2023年11月期 1 - 2 Q	増減率	増減額
売上高	1,689	1,814	+ 7.4%	+ 125
営業利益	68	125	+ 82.4%	+ 56
経常利益	75	124	+ 64.9%	+ 49
四半期純利益	67	98	+ 44.9%	+ 30

単位：百万円



2023年11月期第 2 四半期決算概要 (セグメント別)

決算概要（セグメント別） フィッシング事業

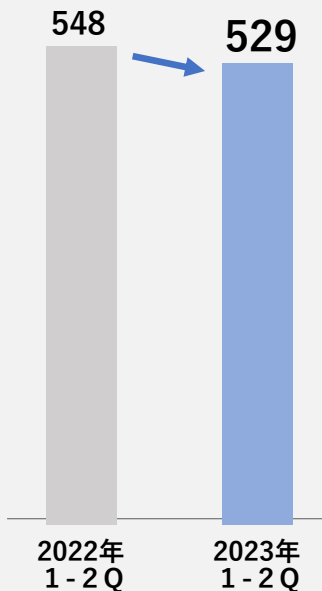
2023年11月期 1 - 2 Q

減収・増益

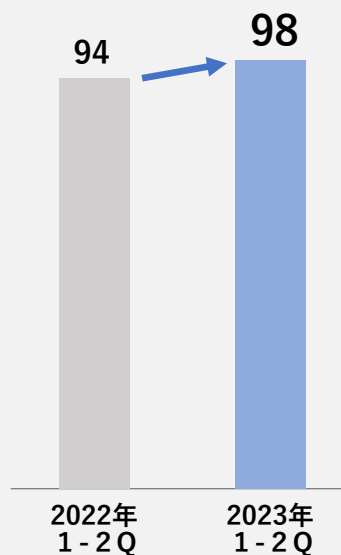
単位：百万円	2022年11月期 1 - 2 Q	2023年11月期 1 - 2 Q	増減率	増減額
売上高	548	529	△3.5%	△19
セグメント利益	94	98	+3.6%	+3

単位：百万円

売上高



セグメント利益



要因・その他

【+ 要因】

- ・ ルアー用品やフライ用品：商品入荷が順調に進んだ新製品を中心に前年同期を上回る実績。
- ・ 商品の値上げに伴う利益率の向上により増益。

【- 要因】

- ・ コロナ禍においては3密を避けられるアクティビティとして注目されていたが、制限解除によって釣り市場の注目が平常に復した。
- ・ 2022年12月1日の値上げに際して、値上げを事前告知したことにより、駆け込み需要が発生し、その反動による販売の落ち込みが生じた。

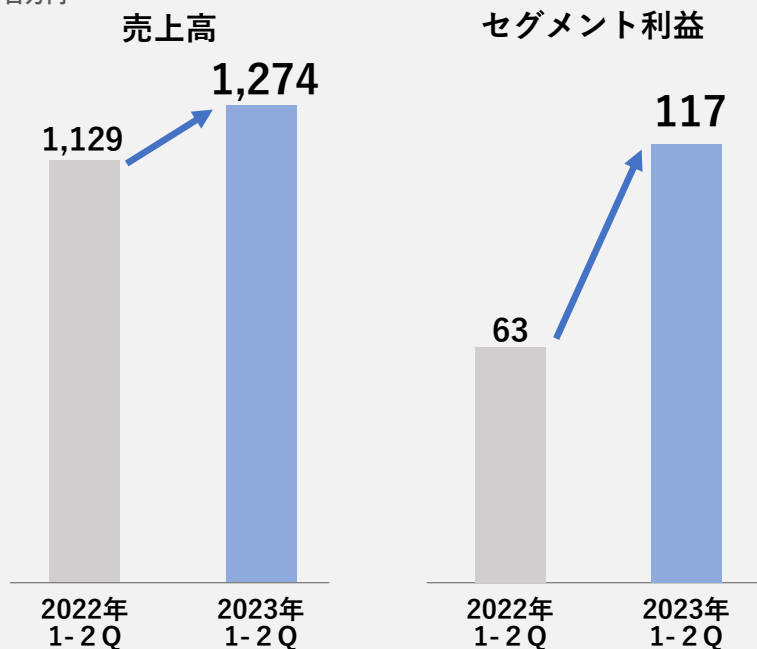
決算概要（セグメント別） アウトドア事業

2023年11月期 1 - 2 Q

増収・増益

単位：百万円	2022年11月期 1 - 2 Q	2023年11月期 1 - 2 Q	増減率	増減額
売上高	1,129	1,274	+ 12.8%	+ 144
セグメント利益	63	117	+ 85.5%	+ 54

単位：百万円



要因・その他

【+ 要因】

- ・ターミナル駅を中心とした百貨店やショッピングセンター等の商業施設に客足が回復した。
- ・コロナ禍においては、旅行市場が低迷したほか、山小屋等が密になることから登山やトレッキング市場も低迷していたが、宣言明け以降それらの需要が回復。
- ・2022年12月以降の冬季の気温低下により防寒衣料等の販売が堅調に伸長。

2023年11月期第 2 四半期決算概要 (販売経路別売上高)

決算概要（販売経路別売上高）

2023年11月期 1 - 2 Q

国内市場での売上が拡大

（要因）

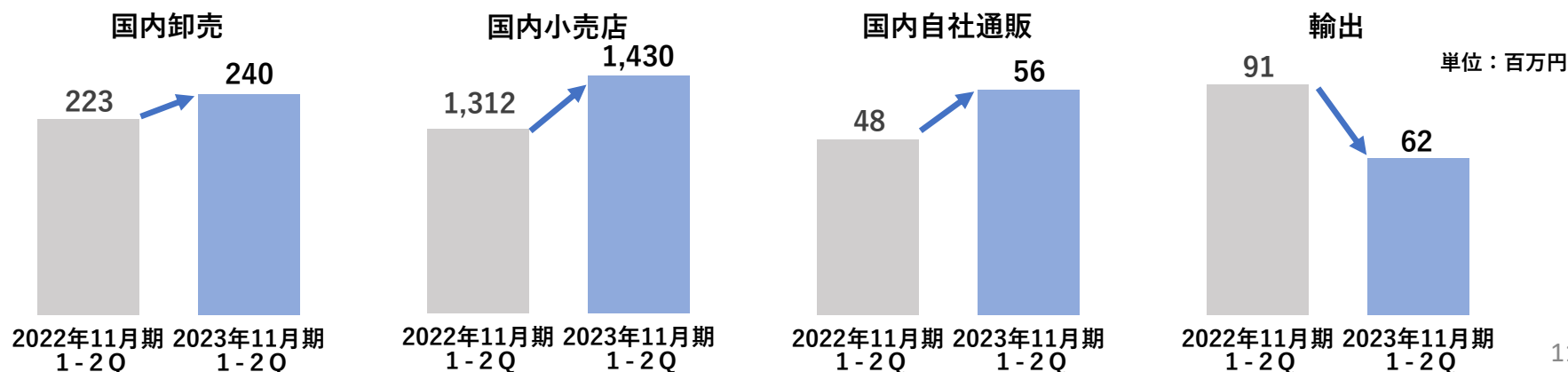
ターミナルを中心とした百貨店やショッピングセンターなどの商業施設に客足が回復したことで国内小売店（自社店舗Foxfireストアを含む）の売上拡大（増減額+117,936千円、増減率：9.0%増）。今年よりFoxfireの会員制度が本格稼働しており自社通販が成長（増減額+8,229千円、増減率：17.1%増）、今後は、顧客に対して、より能動的なアプローチを実施予定。

※自社通販は、当社のアウトドア事業におけるFoxfireの自社ECのみの販売実績です。通信販売専門サイトや取引先小売店による通信販売は含まれません。

単位：千円

販売経路		2022年11月期 1 - 2 Q		2023年11月期 1 - 2 Q		前年同期比	
		金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
国内	卸売店	223,126	13.3%	240,301	13.4%	+17,175	7.7%
	小売店	1,312,550	78.4%	1,430,486	79.9%	+117,936	9.0%
	自社通販	48,203	2.9%	56,433	3.2%	+8,229	17.1%
輸出		91,152	5.4%	62,120	3.5%	△29,031	△31.9%
合計		1,675,031	100%	1,789,342	100%	114,311	6.8%

※全体の売上高はこの金額に不動産賃貸収入がプラスされます。



2023年11月期第 2 四半期決算概要 (月別売上高)

決算概要（月別売上高）

2023年11月期 1 - 2 Q



前年同月比での売上は順調に拡大

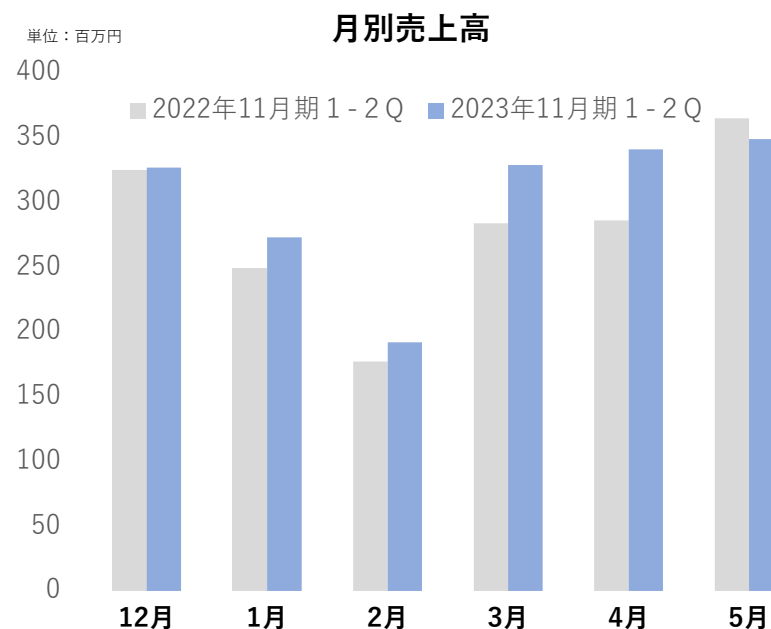
防寒衣料が堅調に販売が伸長 ← 2022年12月以降の冬季の気温低下による。

2022年5月：フィッシング、アウトドア共に大きく伸長。

2023年4月：GWに向けた旅行需要の回復により、4月中の駆け込み需要が発生し、売上高が大幅に伸長。

2023年5月：アウトドア用品は前年並の売上高であったが、釣り用品市場の冷え込みや4月の反動もありフィッシング用品の売上が減衰。第2四半期全体の売上高は前期を上回り順調に拡大。

単位：千円	売上高		前年同月比
	2022年11月期 1 - 2 Q	2023年11月期 1 - 2 Q	
12月	325,559	327,909	100.7%
1月	249,971	273,853	109.6%
2月	177,546	192,343	108.3%
3月	284,135	329,770	116.1%
4月	286,337	341,522	119.3%
5月	365,497	349,257	95.6%



2023年11月期第 2 四半期決算概要 (新製品・自社企画品販売比率)

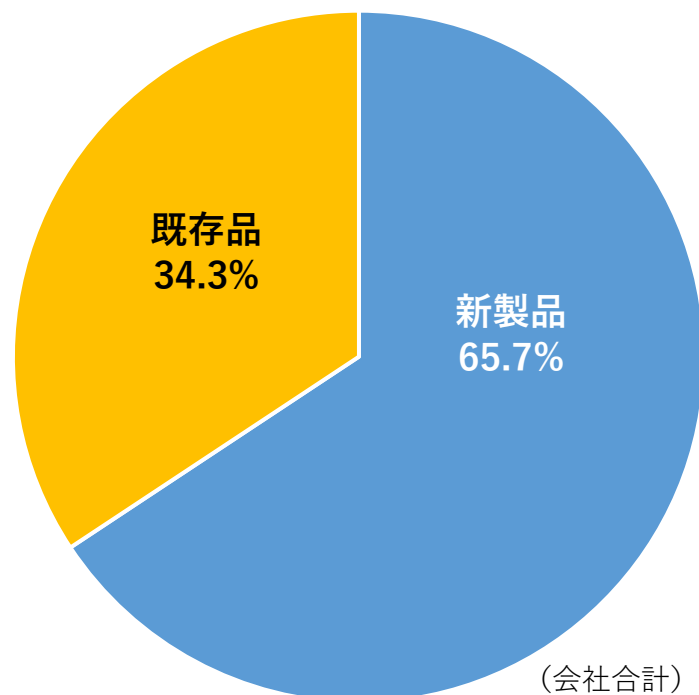
決算概要（新製品・自社企画品販売比率）



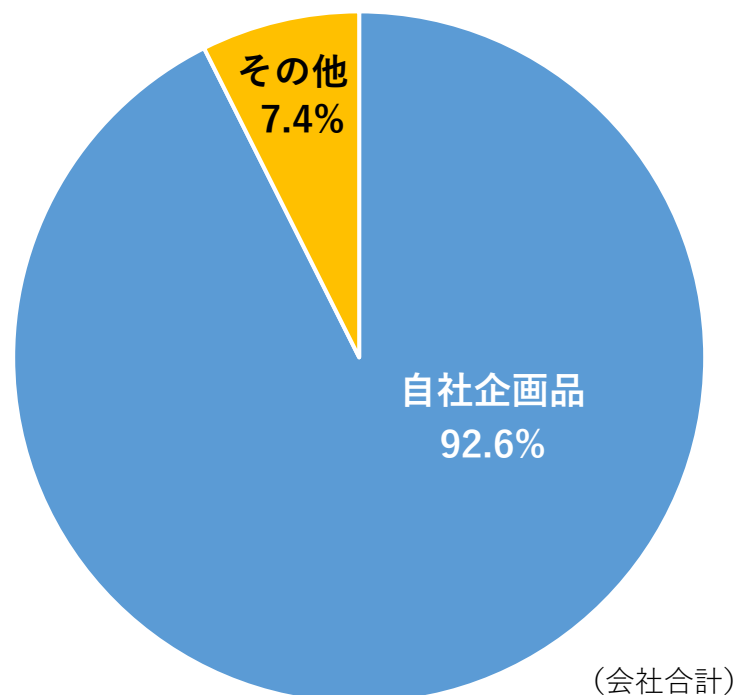
2023年11月期 1 - 2 Q

販売商品の 6 割強を新製品が占め、販売比率は自社企画品が 9 割強を占める

新製品
販売比率



自社企画品
販売比率



2023年11月期第 2 四半期決算概要 (輸出と輸入の状況)

決算概要（輸出の状況）

2023年11月期 1 - 2 Q

輸出は主にフィッシング用品を中心に行っているが、コロナ禍において活況であった欧米の釣用品市場も日本同様に平常に復し、在庫調整時期となった影響から全般に輸出が苦戦した。特に米国の輸出が低迷した影響で各国の構成比に変化が出ている。

フィリピン：当社の釣ばりを利用した製品工場の取引拡大により、構成比が向上。

中国：昨年出荷した取引先への出荷が本年は発生していない。

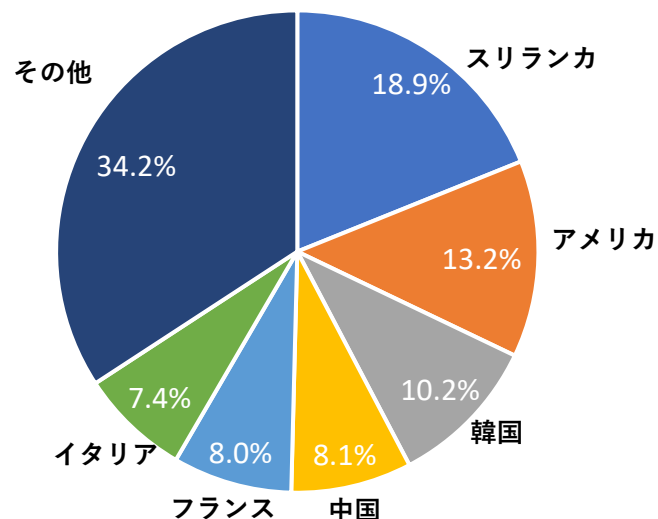
輸出の状況

2022年11月期 1 - 2 Q

売上高：1,689,047千円

輸出金額：91,152千円

輸出比率：5.4%

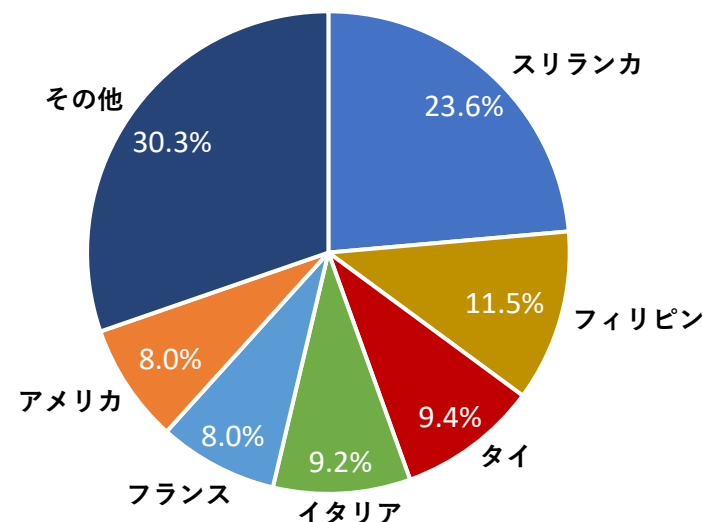


2023年11月期 1 - 2 Q

売上高：1,814,656千円

輸出金額：62,120千円

輸出比率：3.4%



決算概要（輸入の状況）

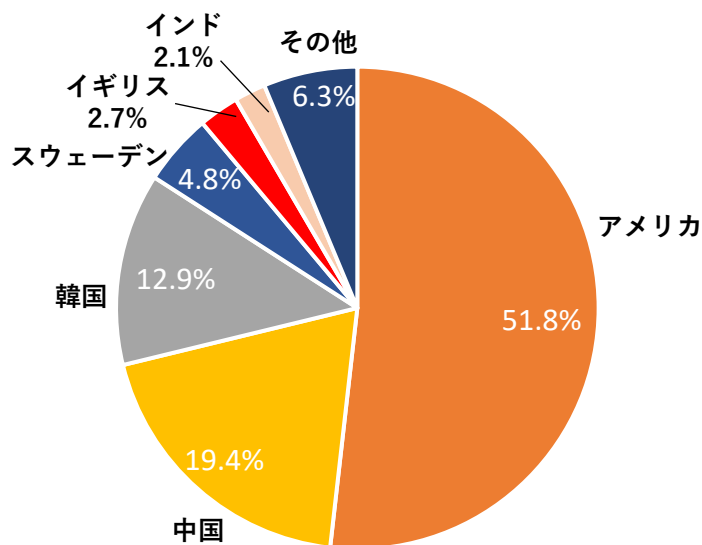
2023年11月期 1 - 2 Q

取引先の国籍が海外の場合に輸入額として計上している。前期までコロナ禍の影響により、主に海外からの商品仕入の停滞が見られたが、当期においては改善が見られ、第2四半期までに仕入が進むケースが増えた。台湾に関しては、釣用品を中心とした仕入が進んだことが輸入比率に表れている。

輸入の状況

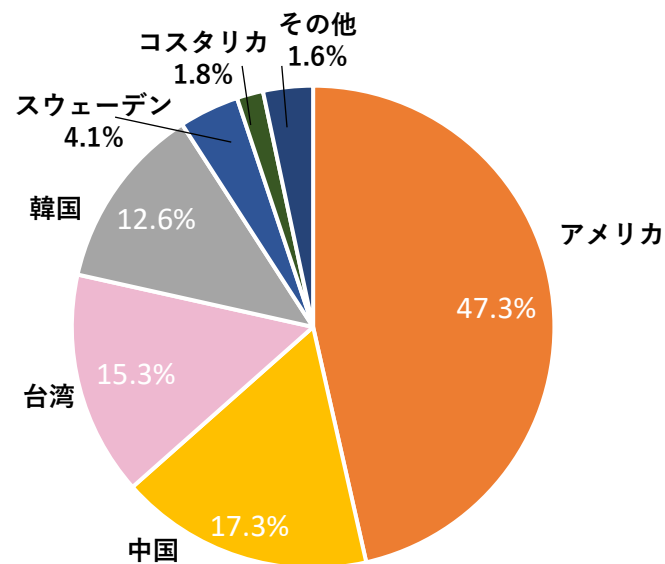
2022年11月期 1 - 2 Q

仕入金額：1,013,832千円
輸入金額：166,336千円
輸入比率：16.4%



2023年11月期 1 - 2 Q

仕入金額：1,140,625千円
輸入金額：215,932千円
輸入比率：18.9%



2023年11月期 業績予想

2023年11月期 業績予想

2023年11月期 1 - 2 Q



増収・増益予想

通期の業績予想で計画をしている業績を上回る進捗。また、第3四半期において投資有価証券売却益の計上を見込んでおります。しかし、その一方で、度重なる物価の上昇、原材料価格やエネルギー価格の高騰や、4年ぶりにエルニーニョ現象が発生したと見られることによる天候に対する不安要素など、先行き不透明の状況が続くことを想定し、現時点では通期の業績予想を据え置きといたします。

単位：千円	2022年11月期	2023年11月期 (予想)	増減率	増減額
売上高	3,290,029	3,490,000	+6.1%	+199,971
営業利益	113,365	149,440	+31.8%	+36,075
経常利益	119,885	151,879	+26.7%	+31,994
当期純利益	126,036	128,637	+2.1%	+2,601

2023年11月期 施策と進捗状況

施策と進捗状況

2023年11月期 1 - 2 Q



フィッシング事業に関しては、コロナ禍において3密を避けられる屋外アクティビティとして需要が高まった反動や、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なども見受けられ、当第2四半期の販売は全般的に苦戦しました。

施策

進捗状況

フィッシング事業

・新製品を中心とした販売推進	・商品入荷が順調に進んだ 新製品（ルアー用品等）を中心に堅調に推移 したが、市況の悪化に伴い全体的にフィッシング用品の販売が低迷した
・販促イベントの実施	・店頭・フィールドで実施、 今後も継続 ・ ロイヤルカスタマー向けの販促イベント を実施予定
・SNSプロモーションの強化	・WEB動画、Instagram、Twitter：積極的に活用中
・初心者向け商品の開発強化	・新しい初心者向けフライセットの開発中
中長期的な売上拡大施策 ・フライフィッシングスクール＆ツアー実施の推進	・フライフィッシングスクールや実釣を含むツアーを増加中

施策と進捗状況

2023年11月期 1 - 2 Q



施策

進捗状況

アウトドア事業

- ・ 国内自社通販の強化
 - Foxfire会員制度の本格稼働

・ Foxfireの会員制度が本格稼働が押し上げ要素となり、
売上高は拡大（前年同四半期比 17.1%増）
店舗会員とECサイトの会員情報を連携
今後は顧客に対し、より能動的なアプローチを実施予定

- ・ セール品の縮小

・ 滞留商品の値引き販売が少なかったことが利益拡大の一つの要因となり、
セグメント利益(営業利益)は**大幅に拡大（前年同四半期比 85.5%増）**

- ・ 店舗計画の推進

・ **推進中**
- 新規オープン 2023年3月：Foxfire 石井スポーツ横浜（直営店）
- リニューアルオープン 2023年5月：Foxfireさっぽろ東急（直営店）
- ポップアップコーナー 2023年5月：石井スポーツ大丸東京店（取扱店）

- ・ WEB、動画、SNS情報発信の強化

・ **推進中**
- 開発された製品の背景（ストーリー）をHPや店頭POP・SNS・動画等で訴求
- 発信力のある媒体、コラボ先、外部スタッフとの連携
- 消費者や市場のコミュニケーションのために、積極的にSNS等で情報を発信

Foxfireの更なる認知度向上

- ・ コラボレーションアイテムの販売

・ 今後も引き続き他社とのコラボレーションを推進
- KEENサンダル（2023年4月）
- とんりのトトロ（2023年4月）
- Lee（2023年4月）

直近のトピックス

直近のトピックス 1

2023年11月期 1 - 2 Q

Foxfire白河高原が2023年4月15日に開業



■ 概要

初となるフィッシングエリア併設の直営店
「Foxfire白河高原」を2023年4月15日に開業。

那須五峰の北の麓に広がる森に囲まれ、面積200万平米を超える広大な敷地を誇る複合リゾート「エンゼルフォレスト白河高原」内に建てられた店舗で、**フライフィッシング関連用品、アウトドアクロージング、ドッグアクセサリ**の販売を行うとともに眼前に広がる国内最大級の管理釣り場エンゼルフォレスト白河高原では**フライ&ルアーフィッシングを楽しめる環境**となっています。

「Foxfire白河高原」は、提携する株式会社スノーピークの直営店である「スノーピーク白河高原」とのコラボショップです。この店舗に加え、2023年7月15日に開業するスノーピーク直営キャンプフィールド「スノーピーク白河高原キャンプフィールド」は、**キャンプをしながら釣りを楽しむ**という新たなアウトドアスタイル『**CAMP FISHING**』を提案していきます。キャンパーや釣り愛好家だけでなく、施設を訪れる様々な方に『**CAMP FISHING**』を体験いただけるよう、共同でイベントなども開催してまいります。

直近のトピックス 2

2023年11月期 1 - 2 Q

Foxfireでスタジオジブリ「となりのトトロ」 とのコラボレーションアイテムを展開



■ 概要

弊社の展開するアウトドアブランド「**Foxfire**（フォックスファイヤー）」がスタジオジブリ作品「となりのトトロ」と初のコラボ。コラボレーションアイテムが2023年4月28日（金）より、Foxfireオンラインストア及び一部のFoxfire直営店にて発売中でございます。

トトロの世界観と、「自然への尊敬」「本物であること」「自らに正直であること」など、Foxfireの誓いが込められたブランドステートメント「**True to nature**」との親和性の高さから今回、夢のコラボレーションが実現。

今回のコレクションでは、Foxfireの創業以来40年に渡り引き継がれてきた、魚の目線で自然と一体化するオリジナルの「**フィッシュアイ・カモフラージュ**」柄をベースに、大トトロ・中トトロ・小トトロ・まっくろくろすけをデザインに落とし込んだ「**フィッシュアイ・トトロカモ**」やオリジナルワッペンを配した全7アイテムをラインアップしました。



■ ブランド紹介

1982年にFoxfireは誕生。

日本のフライフィッシングブランドのパイオニアとして、トレッキングやネイチャーフォトなど幅広いラインナップを揃えるアウトドアブランドへ発展。

テーマは「クワイエットスポーツ」で「自然との融和」「自然との共生」を信念にもっています。

直近のトピックス 3

2023年11月期 1 - 2 Q

キャンパーズ アンド アングラース1号店を 2023年秋 北海道北広島市にオープン予定



(画像は、仮称C&A北広島のエリア全体鳥瞰図)

■ 概要

2023年春に開業した北海道ボールパークFビレッジ近くに、キャンパーズアンドアングラース（以下C&A）が手掛ける**体験型アウトドア施設、仮称「C&A北広島」**が誕生する。

第1期オープンは、2023年秋、第2期オープンは、2024年春を予定。

土地面積は約4733坪（1万6046㎡）。

既存建物を利用した物販棟と新規に建設する飲食棟を核に、近くを流れる一級河川輪厚川や隣接する北広島レクリエーションの森を利用した**キャンプ&フィッシングのアウトドア体験**を提供。駐車場敷地の一部には芝生を張り、物販棟屋上も緑化する。

■ 株式会社キャンパーズアンドアングラース

アウトドア・フィッシング製品卸・小売りのアイビックとグループ会社のアイビック食品、アウトドア製品製造・販売のスノーピーク、と弊社の4社による合併会社。

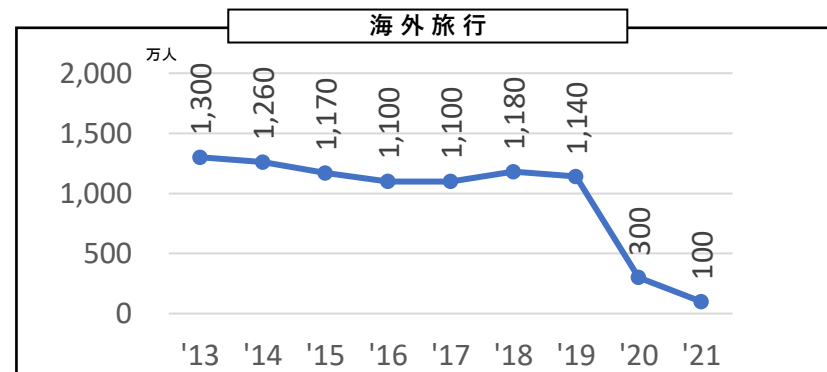
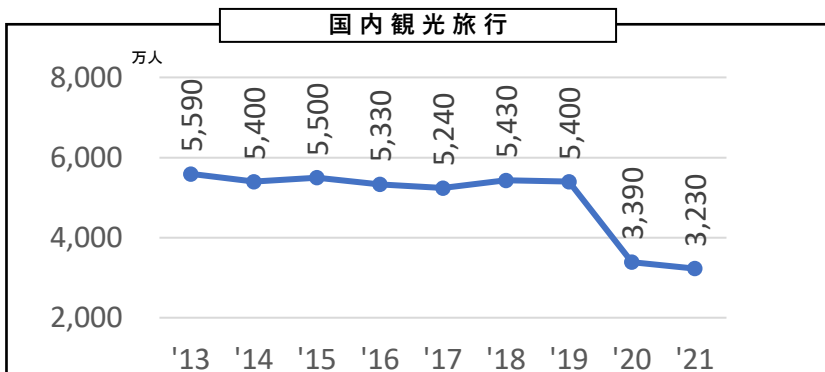
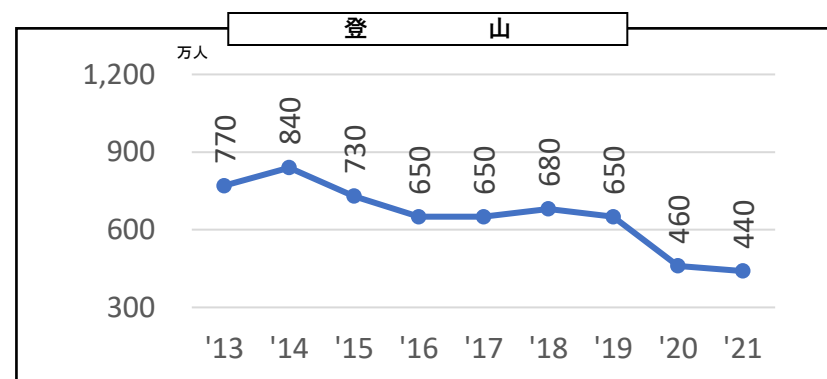
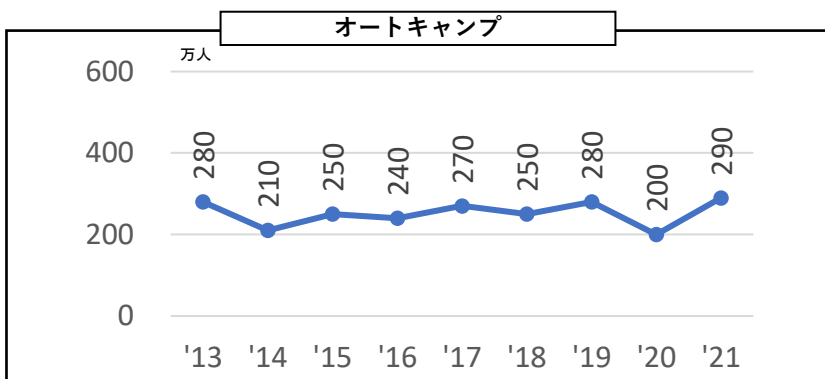
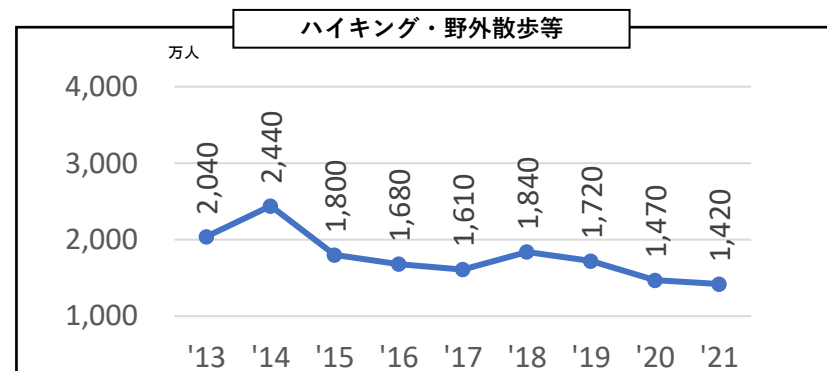
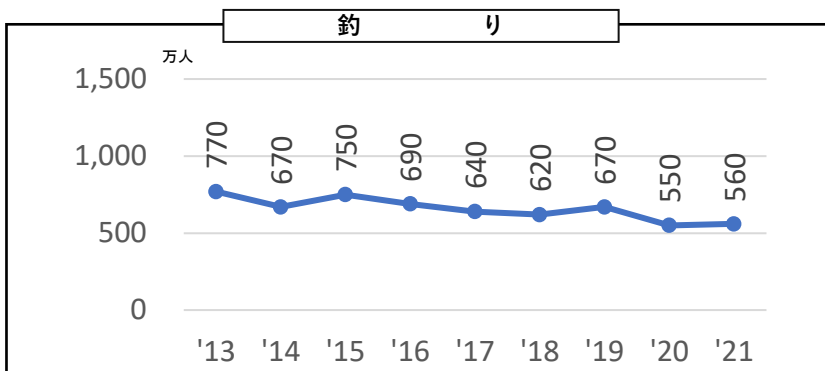
社 名	株式会社キャンパーズアンドアングラース
本社所在地	札幌市東区北10条東1丁目1-11
資本金	9,800万円
法人設立	2021年11月

物販棟は、約350坪でキャンピングギア、フィッシングギア、アパレルファッションなどで**国内最大級の品揃えを実現するアウトドアショップ**とするほか、道内の体験フィールドのインフォメーション機能、地方創生の発信場所に。飲食棟は、約200坪で、アイビックのグループ会社で、C&Aにも出資しているアイビック食品が「カフェスイーツ&レストラン」を展開。店内は木を多用した開放的な空間にして、**北広島レクリエーションの森が一望**できるようにする。

APPENDIX

アウトドア関連市場の動向①

2023年11月期 1 - 2 Q



釣用品市場の動向①

2023年11月期 1 - 2 Q

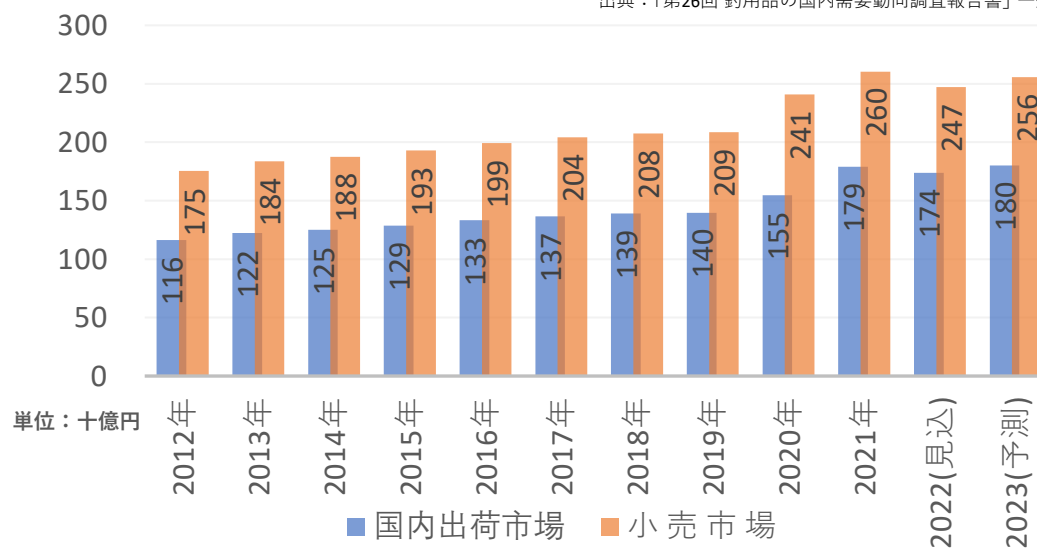


● 釣用品市場規模の推移

単位：百万円

年 度	国内出荷市場				小 売 市 場				出荷/小売 A/B
	金 額 (A)	前 年 比		指 標 ※	金 額 (B)	前 年 比		指 標 ※	
2012年	116,430	103.3%	3,740	100.0	175,430	103.1%	5,330	100.0	66.4%
2013年	122,250	105.0%	5,820	105.0	183,740	104.7%	8,310	104.7	66.5%
2014年	124,990	102.2%	2,740	107.4	187,510	102.1%	3,770	106.9	66.7%
2015年	128,730	103.0%	3,740	110.6	193,010	102.9%	5,500	110.0	66.7%
2016年	133,200	103.5%	4,470	114.4	199,380	103.3%	6,370	113.7	66.8%
2017年	136,590	102.5%	3,390	117.3	204,260	102.4%	4,880	116.4	66.9%
2018年	139,180	101.9%	2,590	119.5	207,600	101.6%	3,340	118.3	67.0%
2019年	139,710	100.4%	530	120.0	208,560	100.5%	960	118.9	67.0%
2020年	154,700	110.7%	14,990	132.9	240,800	115.5%	32,240	137.3	64.2%
2021年	179,070	115.8%	24,370	153.8	260,210	108.1%	19,410	148.3	68.8%
2022(見込)	173,760	97.0%	-5,310	149.2	247,260	95.0%	-12,950	140.9	70.3%
2023(予測)	180,020	103.6%	6,260	154.6	255,590	103.4%	8,330	145.7	70.4%

出典：「第26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 2023年1月



釣用品市場の動向②

2023年11月期 1 - 2 Q

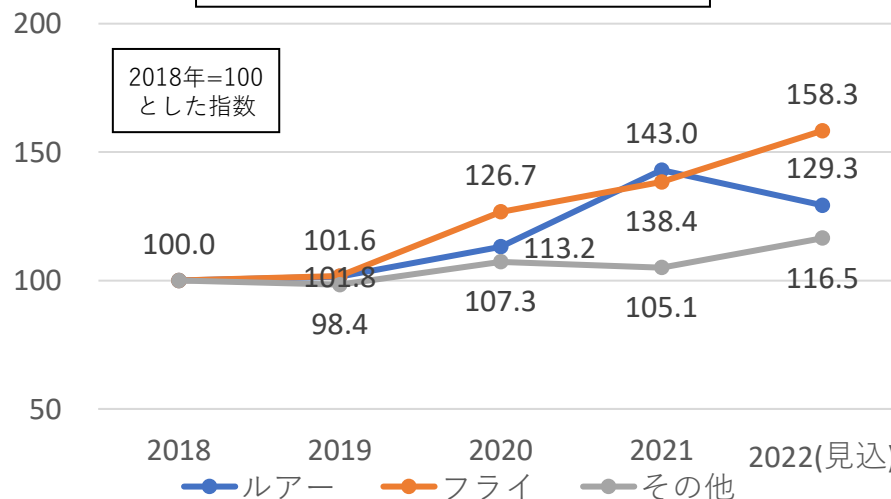
● 釣種別国内出荷市場の推移

単位：百万円

釣 種	2020		2021			2022(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	96,159	62.2%	121,505	67.9%	26.4%	109,837	63.2%	-9.6%
バ ス	34,562	22.3%	37,931	21.2%	9.7%	30,448	17.5%	-19.7%
ソ ル ト	56,714	36.7%	77,922	43.5%	37.4%	73,088	42.1%	-6.2%
ト ラ ウ ト 他	4,883	3.2%	5,652	3.2%	15.7%	6,301	3.6%	11.5%
フライフィッシング	2,277	1.5%	2,487	1.4%	9.2%	2,845	1.6%	14.4%
ルアー・フライ小計	98,436	63.6%	123,992	69.2%	26.0%	112,682	64.8%	-9.1%
投 げ 釣 り	4,390	2.8%	4,034	2.3%	-8.1%	4,120	2.4%	2.1%
磯・波止め釣り	23,076	14.9%	21,560	12.0%	-6.6%	23,153	13.3%	7.4%
船 釣 り	17,917	11.6%	17,700	9.9%	-1.2%	21,168	12.2%	19.6%
渓 流 釣 り	1,991	1.3%	1,796	1.0%	-9.8%	1,990	1.1%	10.8%
ア ユ 釣 り	3,998	2.6%	4,577	2.6%	14.5%	4,894	2.8%	6.9%
ヘ ラ ブ ナ 釣 り	3,932	2.5%	3,962	2.2%	0.8%	4,572	2.6%	15.4%
そ の 他	960	0.6%	1,449	0.8%	50.9%	1,181	0.7%	-18.5%
合 計	154,700	100.0%	179,070	100.0%	15.8%	173,760	100.0%	-3.0%

出典：「第26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 2023年1月

ルアー・フライ市場の推移



出典：「第26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 2023年1月

アウトドア用品市場①

2023年11月期 1 - 2 Q

●アウトドア用品市場

単位：百万円

分 類	2020	2021		2022見込		2023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	133,620	141,000	105.5%	154,000	109.2%	169,000	109.7%
※アウトドアシューズ	32,260	31,540	97.8%	34,780	110.3%	37,000	106.4%
※ザック類	26,500	26,000	98.1%	26,600	102.3%	29,000	109.0%
テント・タープ類	19,100	24,390	127.7%	27,800	114.0%	29,000	104.3%
シュラフ	7,550	8,000	106.0%	7,780	97.3%	7,900	101.5%
照明器具	4,690	5,400	115.1%	5,600	103.7%	5,200	92.9%
調理器具・食器類	9,190	11,000	119.7%	11,800	107.3%	12,000	101.7%
テーブル・チェア	12,100	14,550	120.2%	14,100	96.9%	14,200	100.7%
クーラー・ジャグ類	6,300	6,770	107.5%	7,100	104.9%	7,200	101.4%
その他	21,220	24,230	114.2%	24,300	100.3%	24,100	99.2%

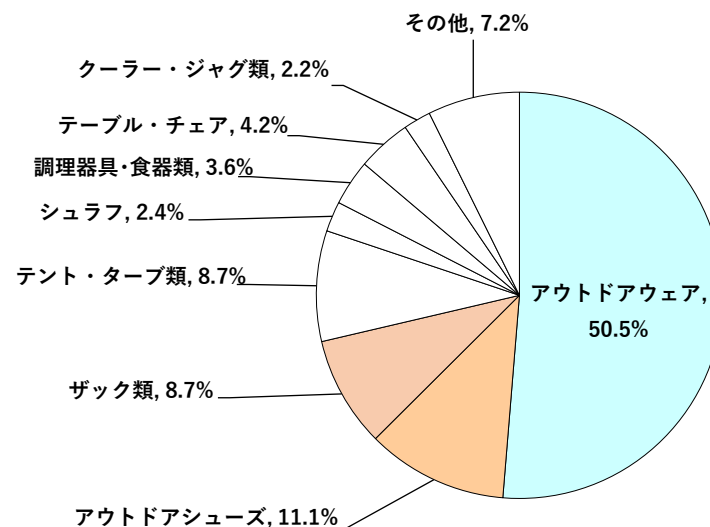
※ 当社の関連するアウトドア用品市場

●ジャンル別構成比（2023年予測値より）

分 類	構成比
※アウトドアウェア	50.5%
※アウトドアシューズ	11.1%
※ザック類	8.7%
テント・タープ類	8.7%
シュラフ	2.4%
調理器具・食器類	3.6%
テーブル・チェア	4.2%
クーラー・ジャグ類	2.2%
その他	7.2%
合 計	100.0%

※ 当社の関連するアウトドア用品市場

●ジャンル別構成比 円グラフ（2023年予測値より）

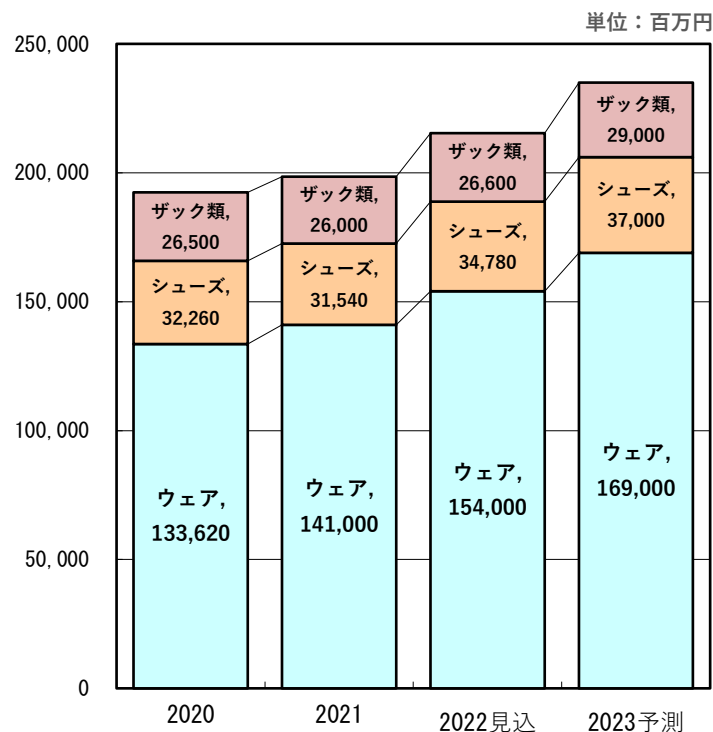


出典「2023年版 スポーツ産業白書」株式会社 矢野経済研究所 2023年3月29日発行
注）見込値・予測値については実態と異なる場合があります。

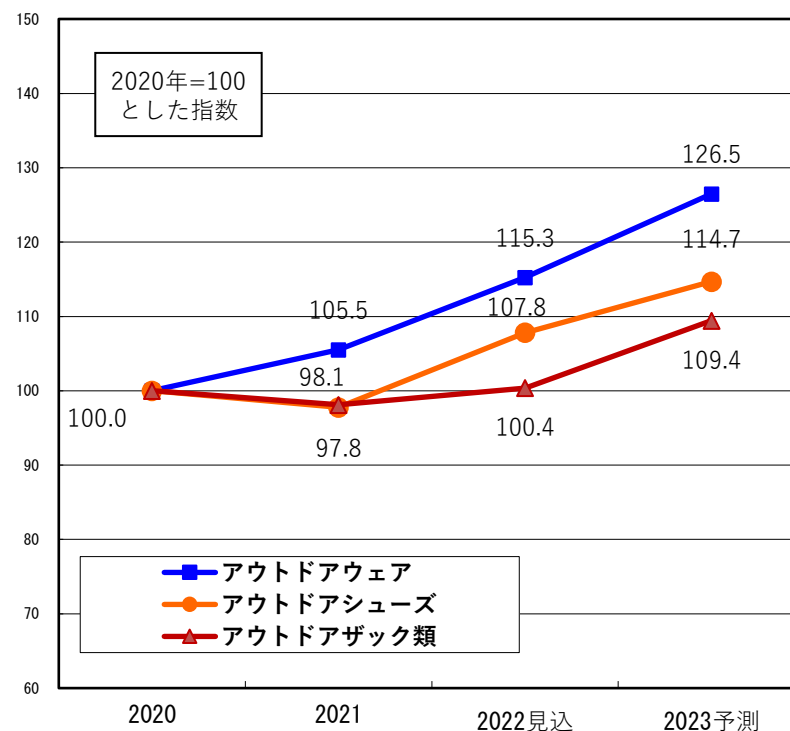
アウトドア用品市場②

2023年11月期 1 - 2 Q

●当社の関連するアウトドア用品市場規模①



●当社の関連するアウトドア用品市場②



出典「2023年版 スポーツ産業白書」株式会社 矢野経済研究所 2023年3月29日発行
注) 見込値・予測値については実態と異なる場合があります。



【当資料に関するお問い合わせ先】

株式会社ティムコ
社長室

TEL(03)5600-0122 FAX(03)5600-0302

本資料は、当社の業績概要の提供を目的としたものであり、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。