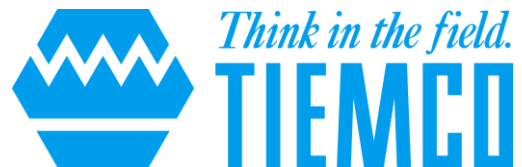


決算説明補足資料

2023年11月期(更新版①)



(東証STD：7501)

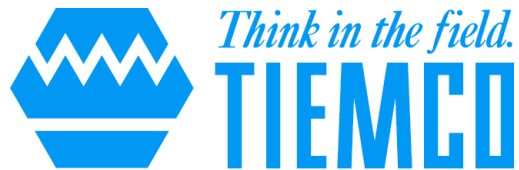
2024年2月1日版

2023年11月期

■ TIEMCO Profile	P 2
■ 2023年11月期決算概要	P11
・ ハイライト	P12
・ 全社	P13
・ 四半期別	P14
・ セグメント別	P15
・ 輸出と輸入の状況	P17
・ 新製品・自社企画品販売比率	P19
■ 中期的な方向性	P20
■ 2024年11月期 業績予想	P31
■ TOPICS	P34
■ APPENDIX	P43

TIEMCO

profile



- 1969 株式会社ティムコ 設立
- 1971 Fenwick（米） 正規代理店
- 1973 Orvis（米） 正規代理店
- 1976 フライフィッシングスクール開講
- 1981 C I 変更 Think in the field
- 1982 Foxfire にてアウトドア衣料市場へ進出
- 1984 リーダークリッパー・TMCフック発売
- 1992 本社ビル完成
- 1996 株式公開（店頭登録 現東証スタンダード）
- 2000 偏光サングラス サイトマスター発売
- 2007 Foxfire ブランドリニューアル
- 2019 株式会社スノーピークと資本業務提携
- 2021 株式会社キャンパーズ&アングラーズ設立

Tokyo

Import

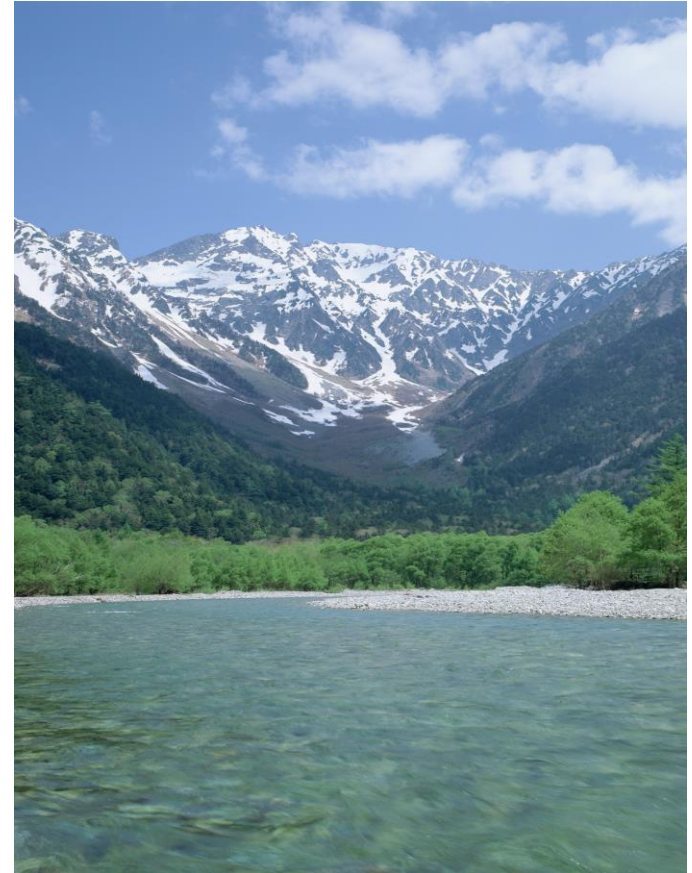
Export and

Manufacturing

Company



Think in the field.
TIEMCO



ロッドの原点ともいえる六角竿のフォルムの中へ、
山なみと流れのイメージを盛り込みました。

■ SLOGAN スローガン（主義主張）

Think in the field

われわれは自然のフィールドで考え物事を生み出していく会社。

■ MISSION ミッション（使命）

人々に自然のフィールドで楽しむ豊かな余暇時間を提供し、
充実した人生を送っていただくこと。

■ PURPOSE（ティムコの在り方）

我々のアクティビティに興じる人々は、それをライフワークとしている。
人生最大の瞬間に我々が係わる存在でありたい。

■ 社内環境

- ・働くことと同じくらい遊ぶことが大切。
- ・自分の余暇時間を大切に。
- ・そのために仕事の密度を高めて自分の時間を(時間外勤務をなくしたい)。

フライフィッシングについて



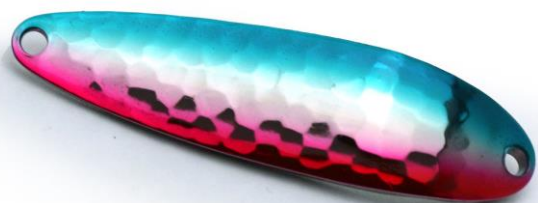
フライフィッシングは、1gに満たないフライ（毛鉤）を擬似餌として使います。フライを飛ばす「フライキャスティング」の習得にコツと練習を要するため、1976年よりフライフィッシングスクールを開講。延べ2万人以上の釣り人を送り出しています。



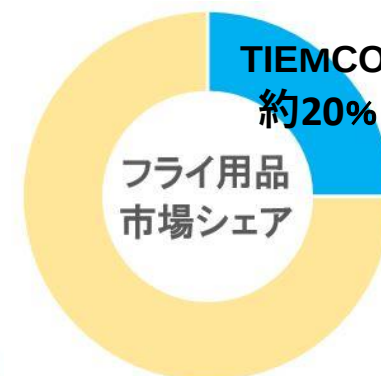
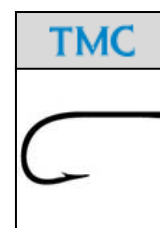
ルアーフィッシングについて



ルアーフィッシングは、擬似餌として魚や小動物を模したルアーを使う釣りです。日本では50年程度と歴史は浅く、黎明期よりこの釣りの啓蒙に努めてきました。



- 日本におけるフライフィッシングのパイオニア
- フライフィッシングスクールなどの啓蒙活動
- 市場を塗り替える数々のオリジナル商品
- フライフィッシング 国内シェア 首位



一般社団法人 日本釣用品工業会

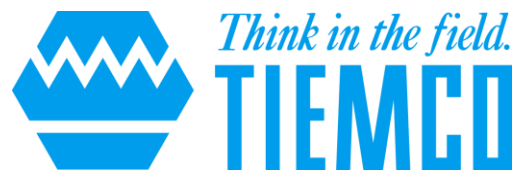


＜本 社＞
東京都墨田区菊川3-1-11



＜商品センター＞
千葉県習志野市東習志野7-6-5

2023年11月期 決算概要



2023年11月期

増収・営業増益

1 増収：売上高 **3.4%増**

- ・売上高：3,403百万円（前年同期比：113百万円増、3.4%増）
- ・要因：アウトドア事業が伸長（前年同期比：239百万円増、10.7%増）

2 営業増益：営業利益**2.7%増**

- 【要因】（＋）価格改定等により売上総利益率が改善 **1.7ポイント** 向上。人件費・光熱費・荷造運賃・修繕費等の経費が増加したものの営業増益となった。
- （－）為替差損により経常減益、法人税等調整額の影響により当期純利益が減益となった。
- ・営業利益：116百万円 2.7%増、3百万円増（前年同期：113百万円）
 - ・経常利益：118百万円 1.0%減、1百万円減（前年同期：119百万円）
 - ・当期純利益：108百万円 13.8%減、17百万円減（前年同期：126百万円）

3 アウトドア事業：売上高**10.7%増**

- ・売上高：2,479百万円 10.7%増、239百万円増（前年同期：2,239百万円）
- ・要因：登山・トレッキング需要、ターミナルを中心とした商業施設が回復した。

4 国内自社通販：売上高**19.3%増**

- ・売上高：112百万円 19.3%増、18百万円増（前年同期：94百万円）
- ・要因：Foxfireの会員制度の稼働開始等の効果。

決算概要（全社）

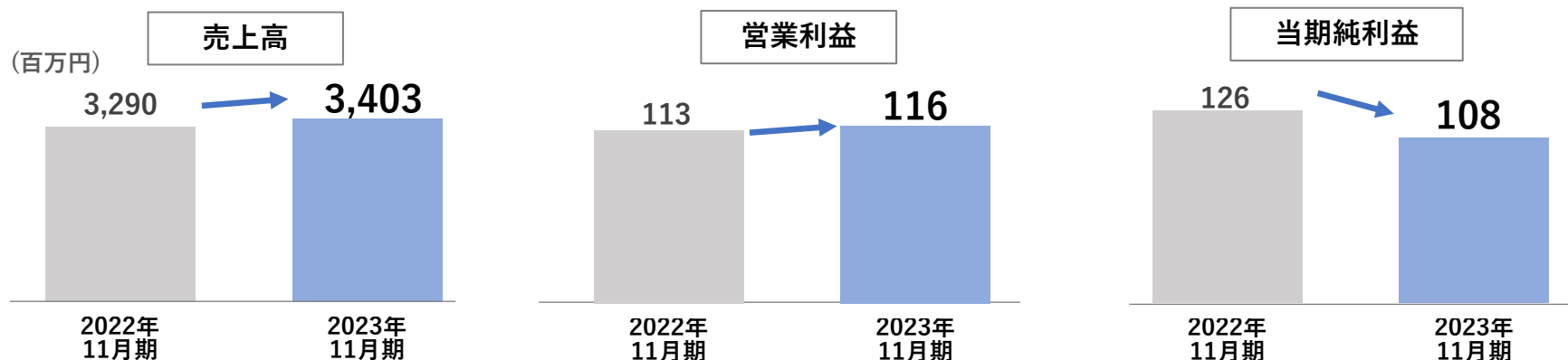
2023年11月期

（概 要）

主にアウトドア事業の売上増により増収。賃上げ、電気代、運賃、設備修繕等増加により販売費及び一般管理費が増加したものの営業利益は前期を上回った。

一方、為替差損の他、前期に▲26百万円を計上していた法人税等調整額が、▲3百万円に縮小したことなどがマイナス要因として作用し、当期純利益は減益となった。

単位：百万円	2022年11月期	2023年11月期	増減率	増減額
売上高	3,290	3,403	+ 3.4%	+ 113
営業利益	113	116	+ 2.7%	+ 3
経常利益	119	118	▲1.0%	▲1
当期純利益	126	108	▲13.8%	▲17



決算概要（四半期別売上高）

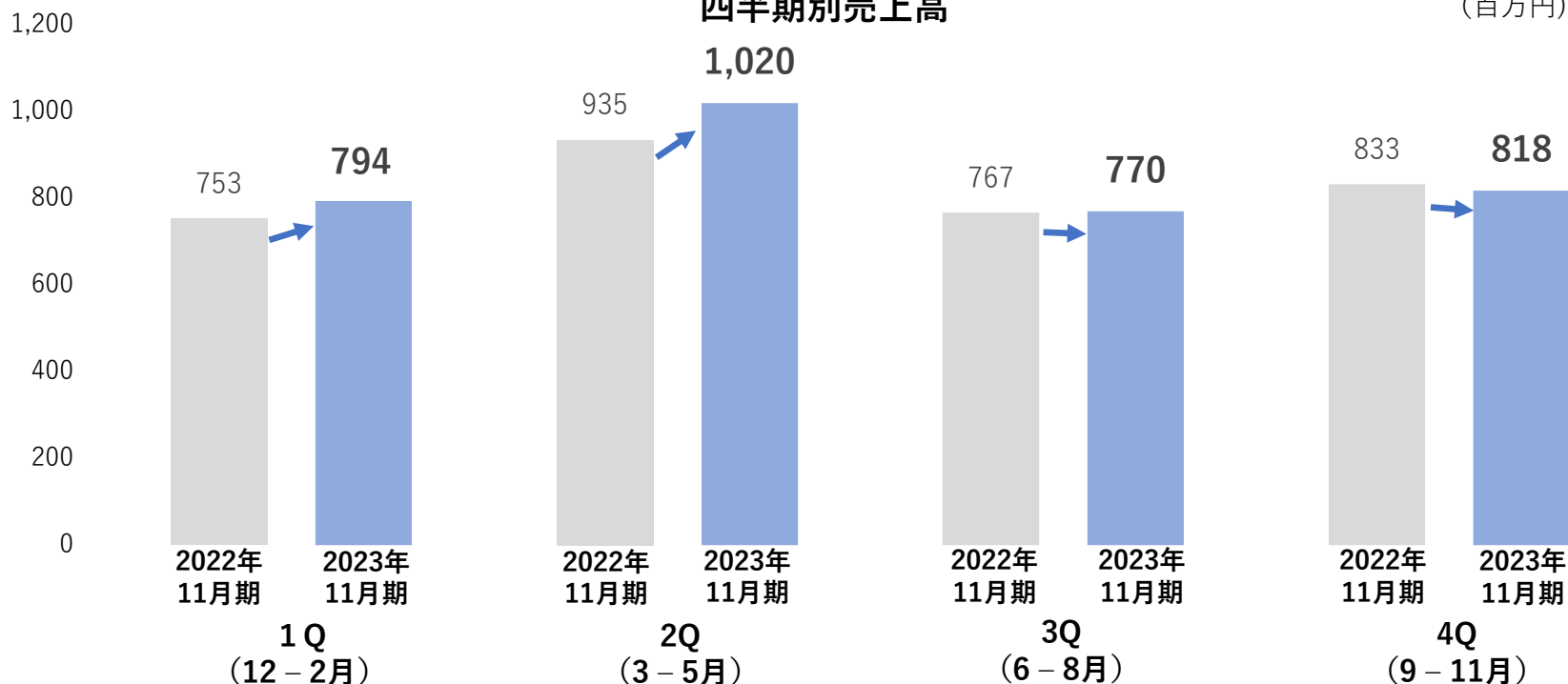
2023年11月期

前年下期以降コロナ禍による影響薄れ、釣市場は低迷、登山市場等は活況に。
その影響により2023年11月期の後半よりも前半の伸び率が高い。

1Q (12-2月) 前年1Qにコロナ禍で低迷していた状況に比べ当年1Qは主にアウトドア衣料の売上高増加。
2Q (3-5月) 商業施設の客足回復や旅行需要回復等によりアウトドア衣料の売上高が伸長。
3Q (6-8月) アウトドア事業は前年同期を上回るが、釣用品市場低迷により全社売上高は伸び悩んだ。
4Q (9-11月) 気温が高く防寒衣料の販売が予想を下回り、釣用品のマイナスを補うに至らなかった。

四半期別売上高

(百万円)



決算概要（セグメント別）フィッシング事業



2023年11月期

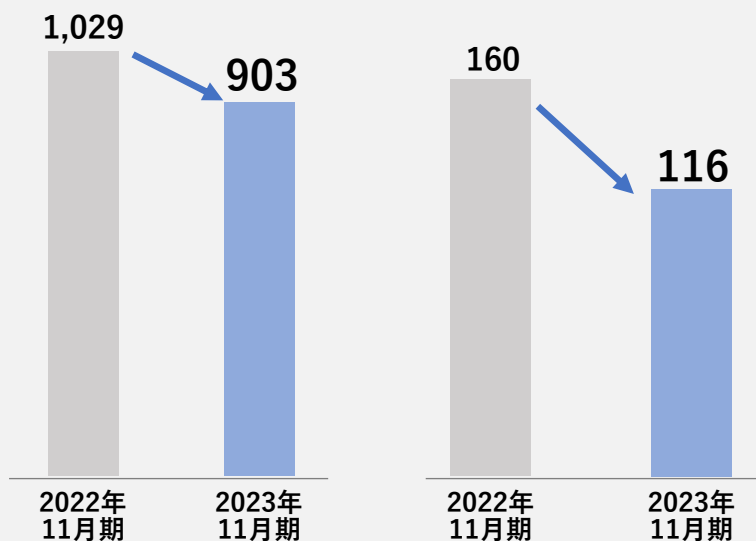
減収・減益

単位：百万円	2022年11月期	2023年11月期	増減率	増減額
売上高	1,029	903	▲12.3%	▲126
セグメント利益	160	116	▲27.2%	▲43

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：フライフィッシング・トラウトルアー用の ロッド(釣竿)等の一部商品において売上が増加。

【-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化。
- 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。
- 記録的な猛暑による釣行回数の減少等の影響。

決算概要（セグメント別）アウトドア事業



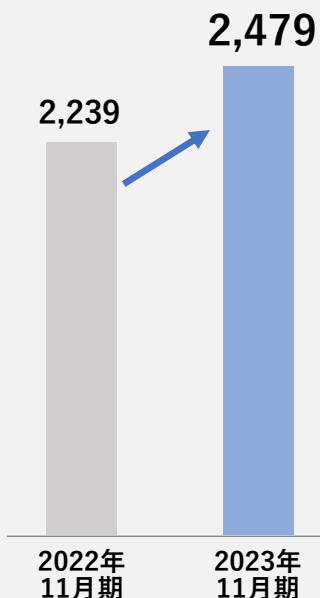
2023年11月期

増収・増益

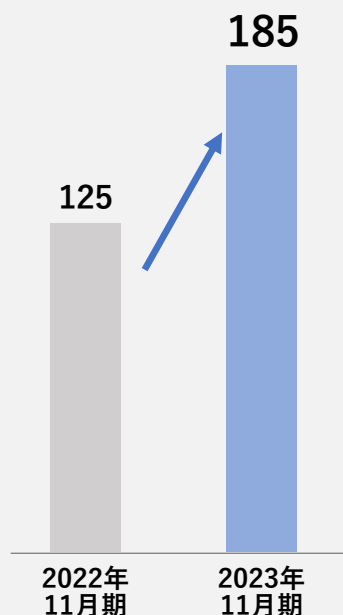
単位：百万円	2022年11月期	2023年11月期	増減率	増減額
売上高	2,239	2,479	+10.7%	+239
セグメント利益	125	185	+48.4%	+60

単位：百万円

売上高



セグメント利益



要因・その他

【+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。
- ・コロナ禍では旅行市場や山小屋等が密になることから低迷していた登山やトレッキング需要が、宣言明け以降需要が回復。
- ・トレッキング需要及び旅行需要の回復により、特に透湿防水素材(ゴアテックス※1)を使用した軽量ジャケットや防虫素材(スコーロン※2)を使用した商品、フィッシングギア等の販売が前年同期を上回る。

※1 ゴアテックス:米国W.L. Gore & Associatesが提供する透湿防水素材。防水と透湿という相反機能を高度に実現。

※2 スコーロン:アース製薬とテイジンのナノ技術から生まれた防虫素材。当社の吸汗速乾、UVカット機能も併せ持つ。

決算概要（輸出の状況）

2023年11月期

フィッシング用品（フライ用品）を中心に輸出を展開

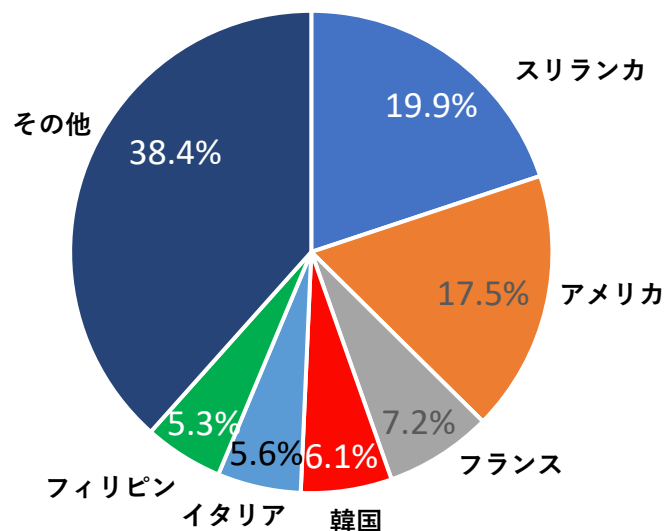
（釣用品市場）

欧 米：コロナ禍において活況であったが日本同様に平常化
→在庫調整時期となり全般に輸出が苦戦
※特に米国の輸出が低迷→各国の構成比が変化
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向上
中 国：Foxfireの新規取引先の出荷による増加（3-4Qで発生）

輸出の状況

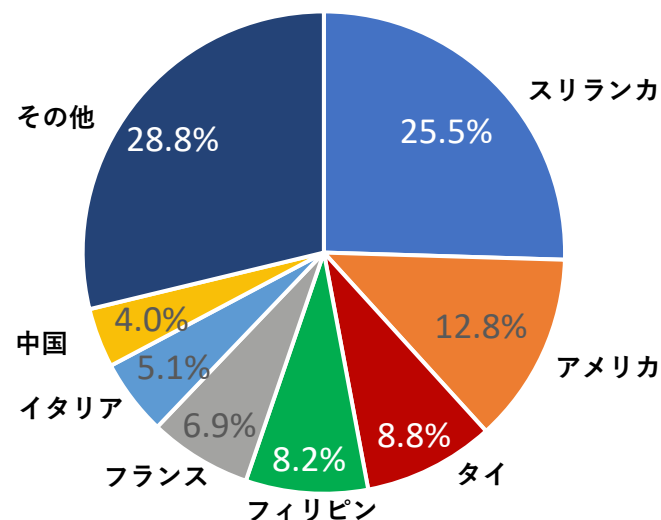
2022年11月期

全社売上高：3,290,029千円
輸出金額：178,063千円
輸出比率：5.4%



2023年11月期

全社売上高：3,403,076千円
輸出金額：124,227千円
輸出比率：3.7%



決算概要（輸入の状況）

2023年11月期

輸入額：取引先の国籍が海外の場合に計上

在庫増加により仕入悪及び輸入額も減少。

アメリカ：米国ブランドの輸入増加によりアメリカの輸入比率が増加。

台湾：釣用品の取引先変更に伴い台湾の輸入比率が増加。

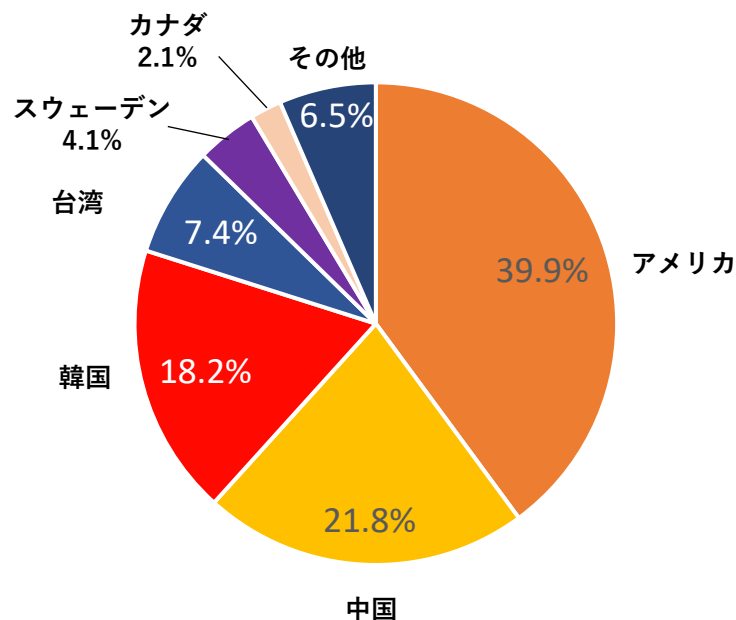
輸入の状況

2022年11月期

仕入金額：1,789,363千円

輸入金額： 298,398千円

輸入比率： 16.7%

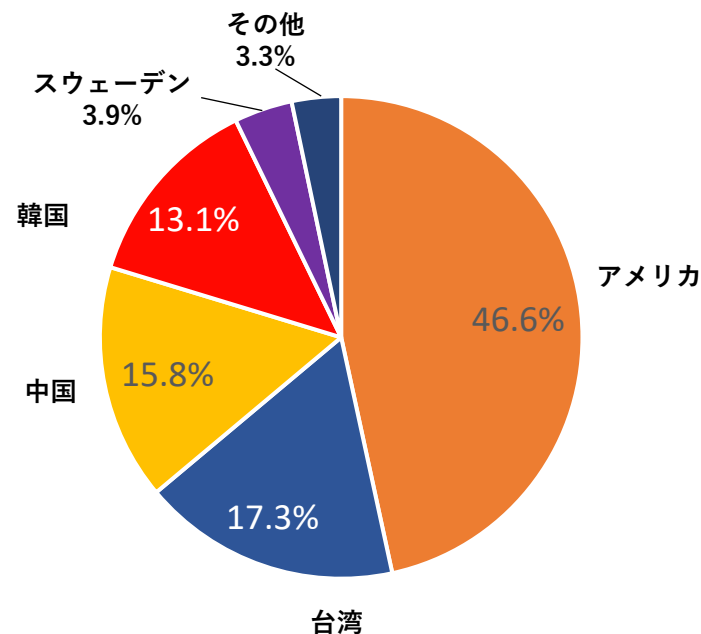


2023年11月期

仕入金額：1,773,761千円

輸入金額： 269,914千円

輸入比率： 15.2%



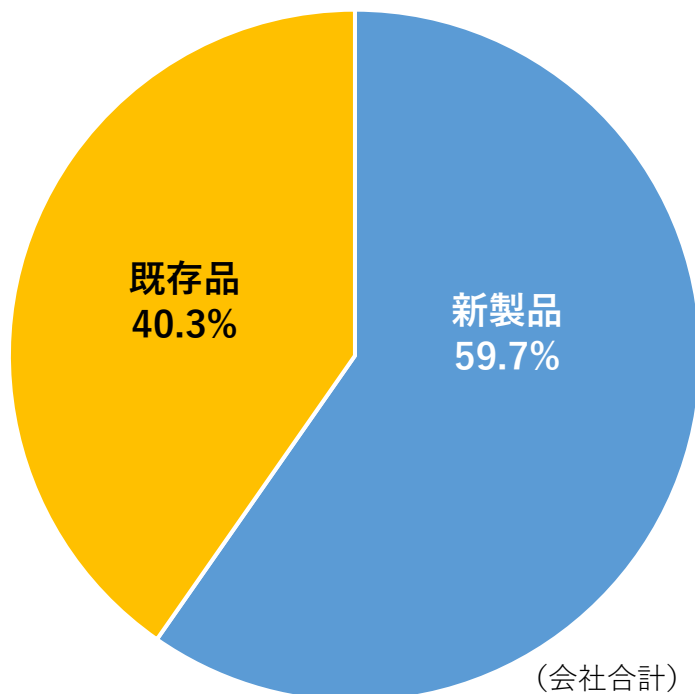
決算概要（新製品・自社企画品販売比率）



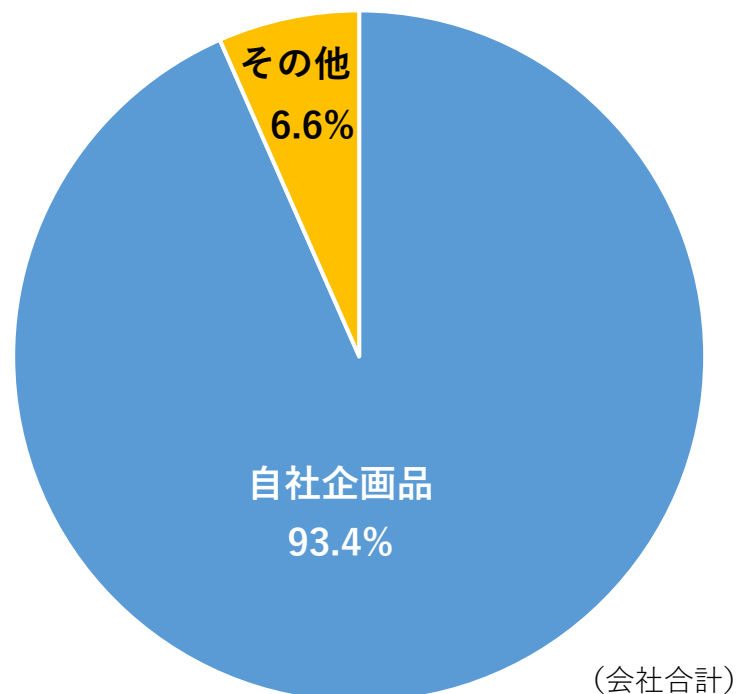
2023年11月期

販売商品：6割弱が新製品
販売比率：9割強が自社企画品

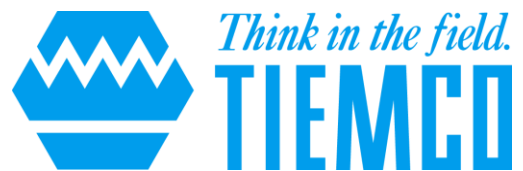
新製品販売比率



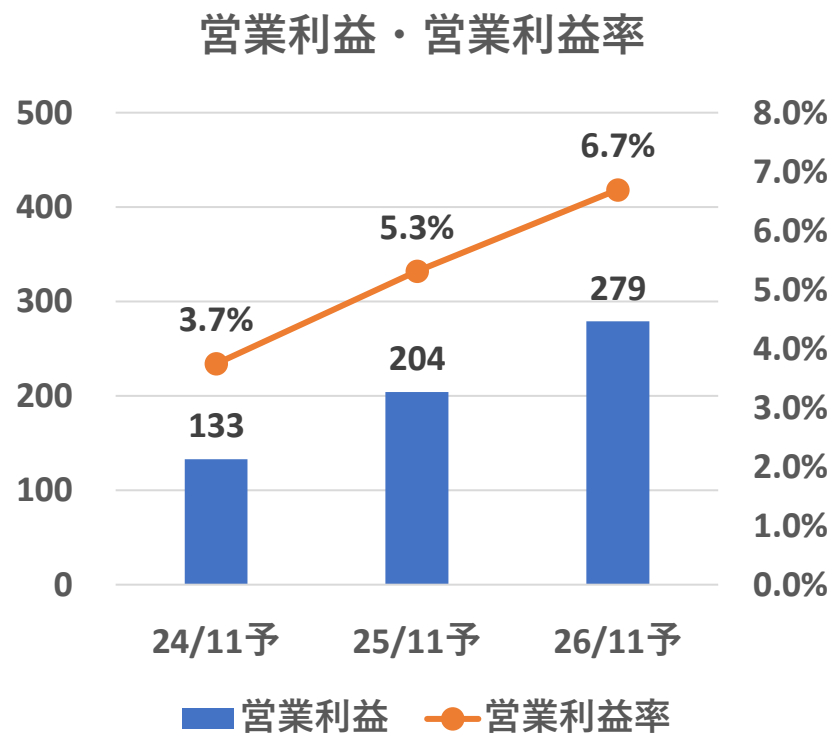
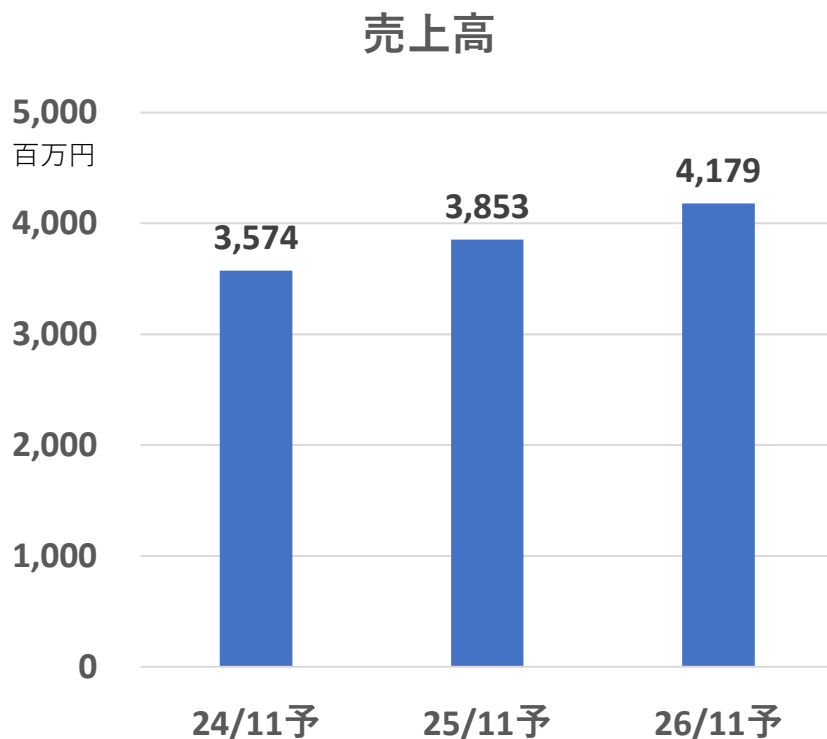
自社企画品販売比率



中期的な方向性



3年後に 売上高 40億円 営業利益率 6%以上を目指す



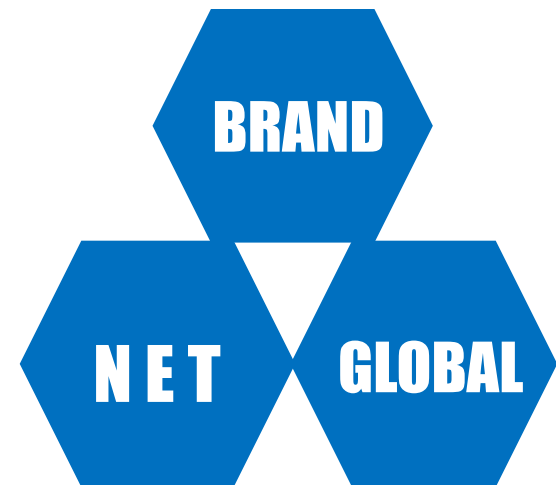
中期的な目標値

3年後に 売上高 40億円 営業利益率 6%以上を目指します。
ROEは依然低い水準にあり、現在は発表できる段階ではありませんが、
利益の拡大を前提に改善策に取り組んでまいります。

	2024年11月期 (予想)	2025年11月期 (予想)	2026年11月期 (予想)
売 上 高	3,574百万円	3,853百万円	4,179百万円
営 業 利 益 (営業利益率)	133百万円 (3.7%)	204百万円 (5.3%)	279百万円 (6.7%)
1株当たり利益 (EPS)	33.7円	49.6円	67.8円
株主資本利益率 (ROE)	1.8%	2.6%	3.4%

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



① お客様との接点の強化

【課題】

当社は最終消費者向けの商品とサービスを提供しているが・・・

- 1) 最終消費者との**接点が不足している**
- 2) 接点があっても**顧客情報が不足している**

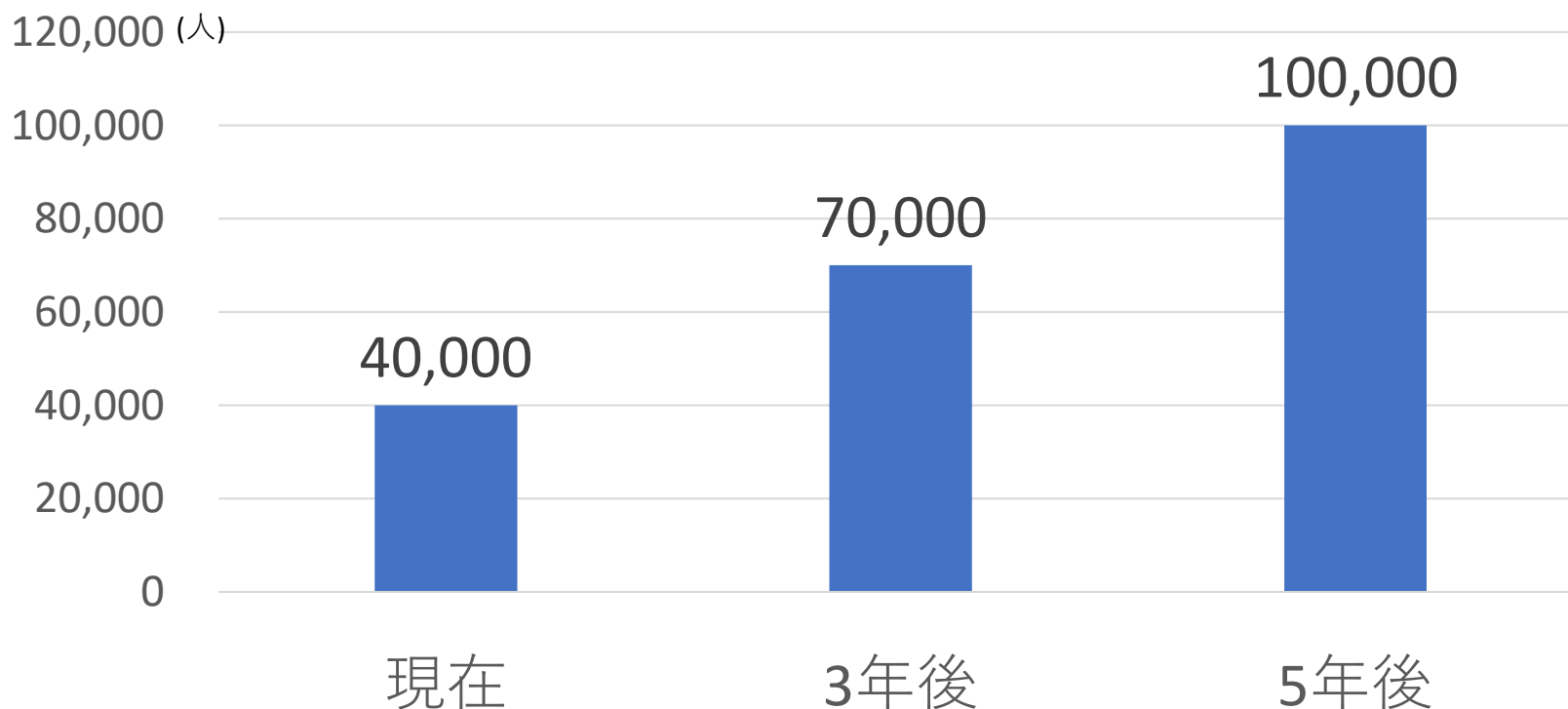


【施策】

- ・ **情報発信**の強化（SNS/HP等）
- ・ **会員制度**の拡充（全ての接点でお客様の属性を知る）
- ・ **イベント・スクール**等の充実（リアルの接点）

① お客様との接点の強化

会員数 ⇒ 現在約4万人 → 3年後 約7万人 → 5年後に10万人へ



② EC分野の拡大

- ・日本のEC市場(物販)は**13兆円** ※1 ⇒ 10年で2倍以上
- ・百貨店1990年 ピーク時10兆円 ※2 ⇒ 現在 5兆円 SCは28兆円
- ・世界EC市場は**6兆ドル(840兆円/\$=¥140)** ※3

出所)※1経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査報告書」 ※2 日本百貨店協会 ※3 JETRO



② EC分野の拡大

【課題】

- ・ 当社の**全商品を見られる場所がない。**
→ 場所・時間を問わず当社の商品が手に入る環境をお客様に提供する。

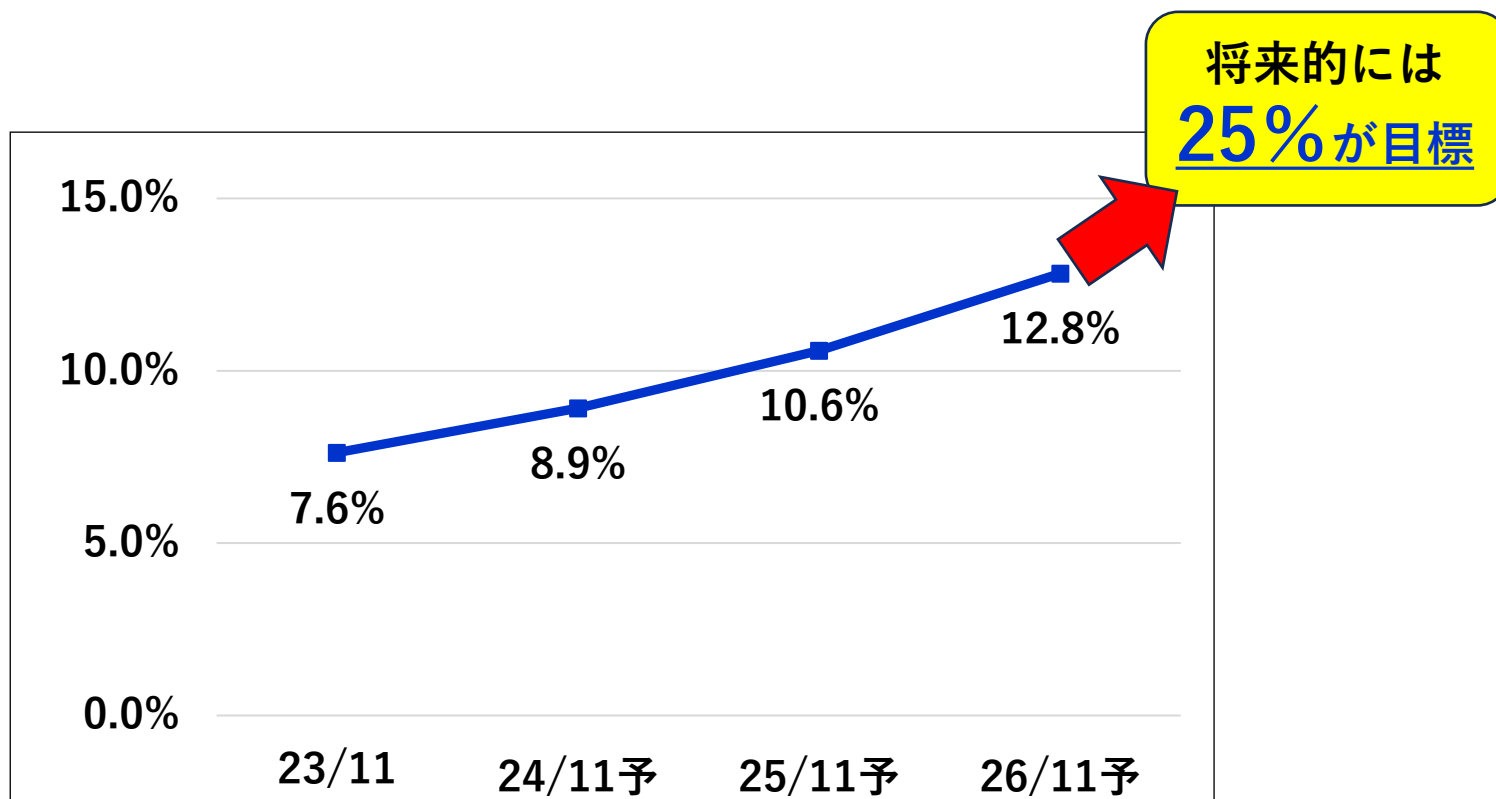


【施策】

- ・ **TIEMCO ホームページリニューアル**
- ・ **全アイテムの自社ECスタート**
- ・ **グローバルECの展開**

② EC分野の拡大

EC比率(自社+自社管理取引)は
現状7.6% ⇒ 3年後 12.8% ⇒ 将来的には25%が目標



③ 海外への展開

【現状】

- ・ **世界の人々により豊かな余暇生活**を提供したい。
- ・ 日本は1.2億人で人口減。
世界には80億人のお客様が待っている。

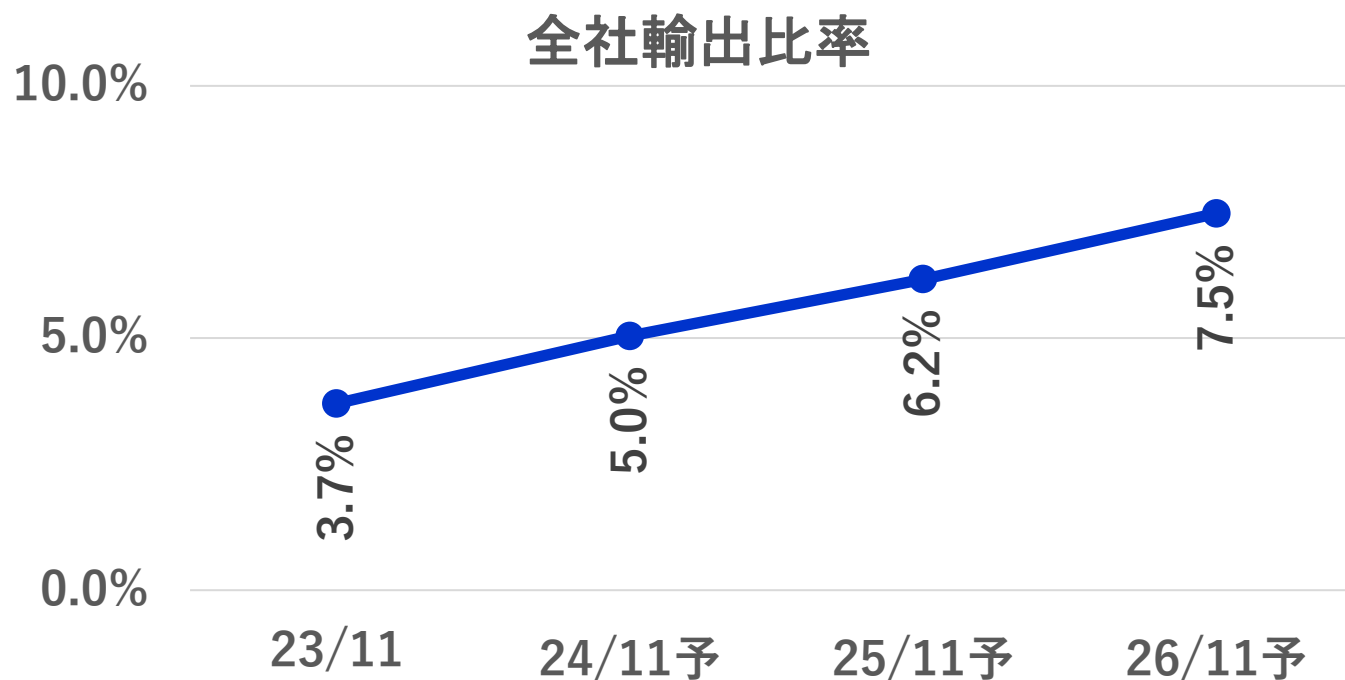


【施策】

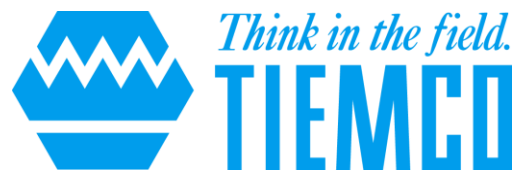
- ・ フライ用品はロッド、リールを含めた**グローバルブランド**へ
- ・ **ルアー用品は欧米市場**に向けて拡大
- ・ 今後フライ・ルアーの成長を見込みアジア圏にも展開
- ・ **Foxfireはフィッシングギア**を中心にグローバルへ
- ・ **グローバルEC**を展開

③ 海外への展開

輸出比率 3年後 7%以上 将来目標 20%



2024年11月期 業績予想



増収・経常増益・増配予想

第55期(2024年11月期)は、創立55周年の記念配当を実施します。

2024年11月期は増収・経常増益の計画ではありますが、前期に発生した特別利益(有価証券売却益21百万円)を当期に見込んでないこと、法人税、住民税及び事業税による課税額が増加する見込みであり、当期純利益は減益の予想となります。

単位：百万円	2023年11月期 (実績)	2024年11月期 (予想)	増減率	増減額
売 上 高	3,403	3,574	5.0%	+ 170
営 業 利 益	116	133	15.0%	+ 17
経 常 利 益	118	137	15.9%	+ 18
当期純利益	108	83	▲23.3%	▲25
配 当	12円00銭	17円50銭	—	+ 5円50銭 (記念配当)

※記念配当：創立55周年記念配当

2024年11月期 業績予想 セグメント別

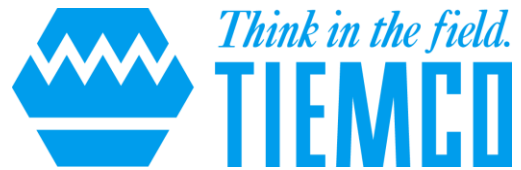


追記項目：会社説明会後のご質問により追加情報として記載します。

第55期(2024年11月期)は、フィッシング事業、アウトドア事業共に増収計画。

単位：百万円	2023年11月期 (実績)	2024年11月期 (予想)	増減率	増減額
フィッシング事業	903	953	5.5%	+ 49
アウトドア事業	2,479	2,600	4.9%	+ 120
その他	20	21	2.8%	+ 0
全社合計	3,403	3,574	5.0%	+170

TOPICS



Foxfire白河高原が2023年4月15日に開業



初の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日開業。

「エンゼルフォレスト白河高原」（福島県）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店舗前の管理釣り場で**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「スノーピーク白河高原」とのコラボショップです。隣接する「スノーピーク白河高原キャンプフィールド」と共に、**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。

キャンパーズ アンド アングラーズ1号店が 2023年9月30日 北海道北広島市にオープン



2023年9月30日に北海道ボールパークFビレッジ近隣に、体験型アウトドア施設「キャンパーズアンドアングラーズ北広島」オープン。

物販棟と今年4月オープン予定の飲食棟を核に、店舗内芝生エリアや近くを流れる輪厚川を利用した**アウトドア体験**を提供。物販棟は、キャンプ&釣用品、アウトドア衣料等の豊富な品揃えを展開。4月オープン予定の飲食棟はカフェスイーツ&レストランを展開。

- ・店舗所在地：北海道北広島市美沢五丁目1番1
- ・土地面積：約4,733坪（1万6,046㎡）
- ・施設面積：物販棟約350坪/飲食棟約200坪（予定）

<株式会社キャンパーズアンドアングラーズ>
(株)スノーピーク、(株)アイビック(釣用品卸・小売)、
アイビック食品(株)と当社の4社による合併会社。

- ・北海道札幌市東区北10条東1丁目1-11
- ・資本金 9,800万円（2021年11月設立）



FoxfireとKEENのコラボ商品を発売



FoxfireとKEENのコラボレーション商品 「NEWPORT RETRO – FISHEYE CAMOUFLAGE」を発売

2003年の創業以来、「天井のないところすべて」をアウトドアと定義し、革新的なハイブリッドフットウェアを提案しているアウトドア・フットウェアブランド「KEEN (キーン)」とのスペシャルなコラボレーションが実現しました。

KEEN を代表するアイコンモデルであるNEWPORTの水陸両用バージョン

「NEWPORT RETRO」をベースに、水中の魚眼(フィッシュアイ)から見た際にステルス性が発揮される特別なカモフラージュ柄である、Foxfire のオリジナルパターン「フィッシュアイ・カモフラージュ」を落とし込み、存在感溢れる一足へと仕上げました。



TOPIC 4

2023年11月期

スタジオジブリとのコラボレーションを展開



Foxfireでは、スタジオジブリ「となりのトトロ」とのコラボアイテムを春夏、秋冬の年2回にわたり展開。トトロの世界観と「自然への尊敬」を表すFoxfireのステートメントTrue to natureの親和性から夢のコラボが実現しました。

Foxfire 開始以来引き継がれる、魚の目線で自然と一体化する「フィッシュアイ・カモ」に、トトロのキャラクターを落とし込んだ「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アイテムになります。



FoxfireとLeeのコラボ商品を発売

米国のジーンズブランド「Lee」とFoxfireの初のコラボアイテムが2023年4月28日にリリースされました。デニムのパイオニアとして130年以上の歴史を誇る米国ジーンズブランドLeeとのコラボレーション。**Leeの名作デニムパンツをフィッシング仕様にアップデートしました。**さらにLeeのデニム生地を使った**タックルベスト、ハット**を合わせてコーディネートを楽しめます。



2023年11月期

UNITED ARROWSとのコラボアイテムを発売

2023年秋冬 UNITED ARROWSとFoxfireのコラボレーションアイテム。長年に渡る経験を活かした機能的なディテールと、**GORE-TEX**素材を日常で着られるミニマムなデザインに。カジュアルは勿論、ジャケットとのスタイリングにもコーディネートできます。



FOXFIRE
SPRUCE LINE



Foxfire × NANGA コラボ第二弾を発売

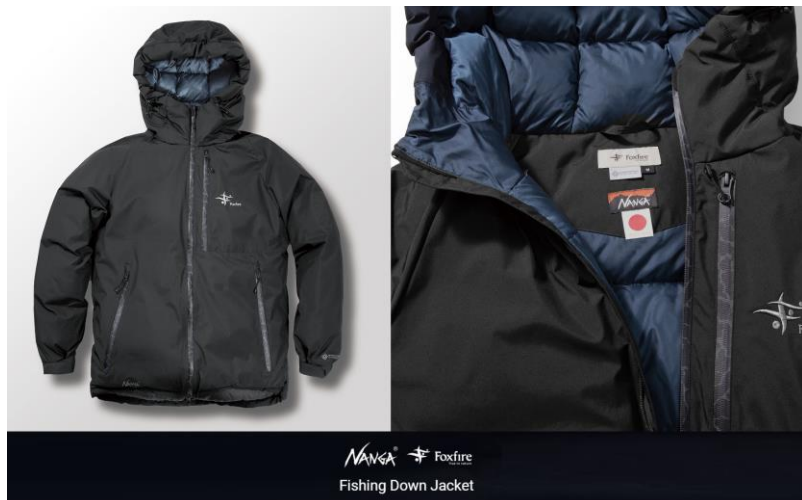


当社の展開するアウトドアブランド「**Foxfire**（フォックスファイヤー）」が株式会社「**NANGA**」とコラボレーションの第二弾である「**Foxfire × NANGA GORE-TEX WS Fishing Down Jacket**」を発売。

2年ぶりとなる第二弾のコラボでは、**ナンガ**の定番「**オーロラダウンジャケット**」を、**ゴアテックス**採用の**フィッシング仕様**にアップデート。

ナンガは**Made in Japan**クオリティに拘ったダウンメーカーであり、羽毛は国内で洗浄されたものを使用していて、熟練した縫製職人によって製品を仕上げ。ナンガ独自の「**永久保証**」サービスもあり、安心して長年愛用できるブランドです。

この「**オーロラダウンジャケット**」をFoxfireが**フィッシング仕様**へとアップデートし、表地をナンガ独自の防水透湿素材**オーロラライト**から**ゴアテックスインフィニウムファブリクス**に変更しました。



グッドデザイン BEST 100 を受賞

2023年のグッドデザイン賞は、審査総数5,447件、受賞総数1,548件。その中から当社「SCアルティメットフーディ」が選出され、さらに**ベスト100**を受賞しました。優れた**防虫機能**や、虫から身を守る様々な構造が評価されました。また、Foxfireのスコーロン製品が日本赤十字社のルワンダ支援事業に協力している背景にもご注目をいただきました。



GOOD DESIGN AWARD 2023

BEST 100

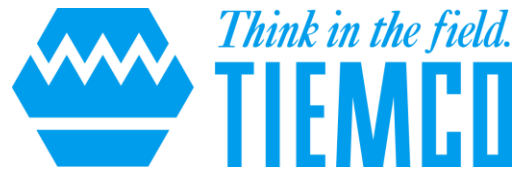
グッドデザイン賞 ベスト100



SCアルティメットフーディが
2023年グッドデザイン賞を受賞。
ベスト100に選出されました。

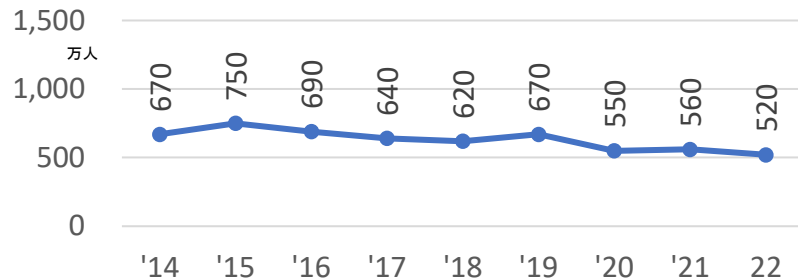


APPENDIX

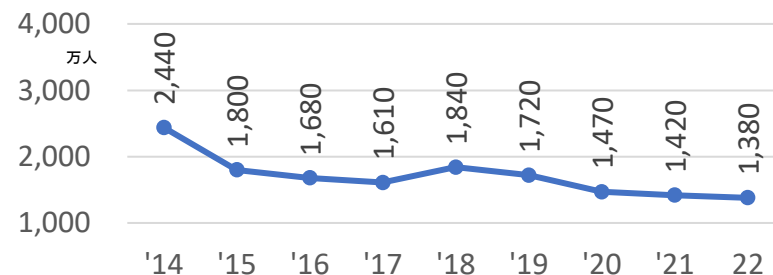


アウトドア関連市場の動向（参加人口）

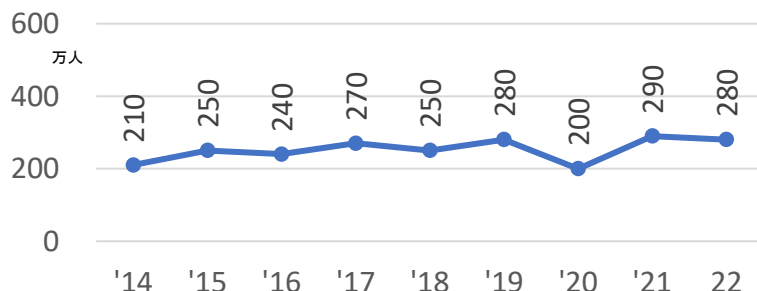
釣 り



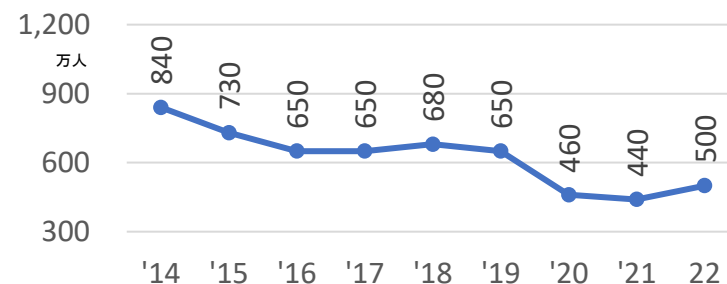
ハイキング・野外散歩等



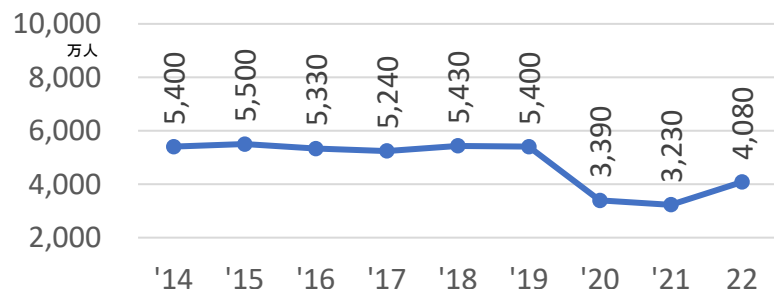
オートキャンプ



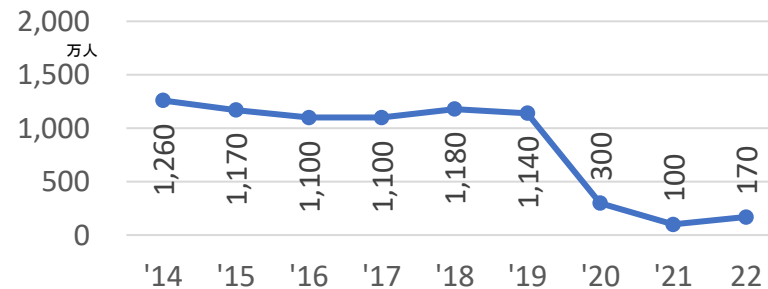
登 山



国内観光旅行



海外旅行



釣用品市場の動向① 2024年2月1日更新

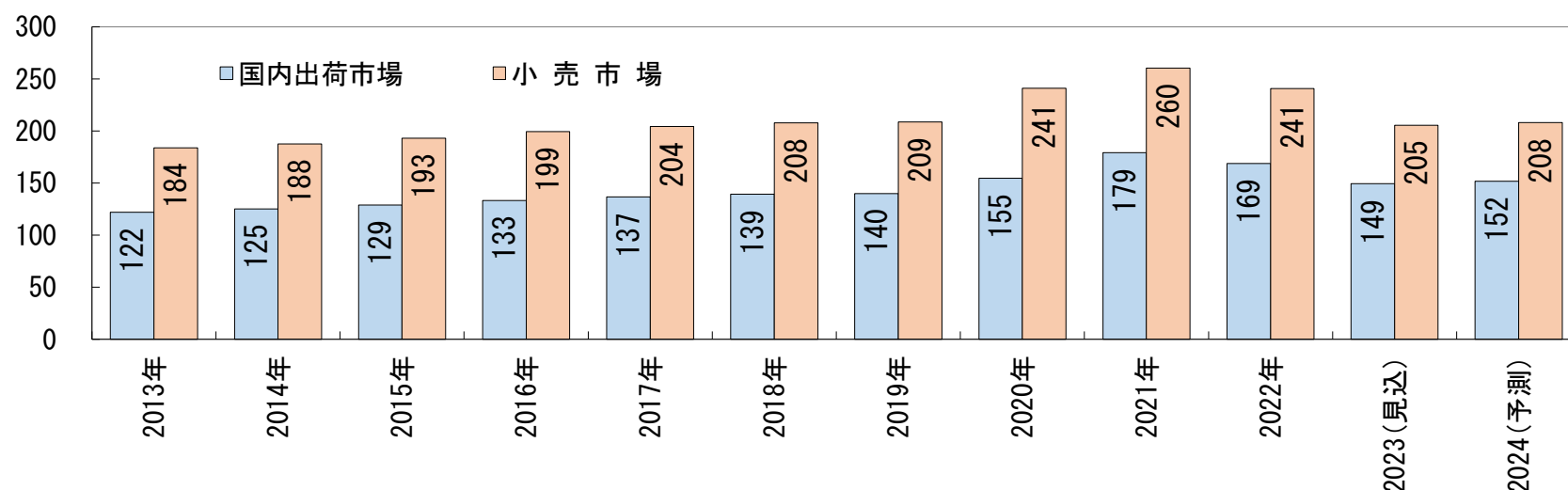


● 釣用品市場規模の推移

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※	
2013年	122,050	104.8%	5,620	100.0	183,740	104.7%	8,310	100.0	66.4%
2014年	124,990	102.4%	2,940	102.4	187,510	102.1%	3,770	102.1	66.7%
2015年	128,730	103.0%	3,740	105.5	193,010	102.9%	5,500	105.0	66.7%
2016年	133,200	103.5%	4,470	109.1	199,380	103.3%	6,370	108.5	66.8%
2017年	136,590	102.5%	3,390	111.9	204,260	102.4%	4,880	111.2	66.9%
2018年	139,180	101.9%	2,590	114.0	207,600	101.6%	3,340	113.0	67.0%
2019年	139,710	100.4%	530	114.5	208,560	100.5%	960	113.5	67.0%
2020年	154,700	110.7%	14,990	126.8	240,800	115.5%	32,240	131.1	64.2%
2021年	179,070	115.8%	24,370	146.7	260,210	108.1%	19,410	141.6	68.8%
2022年	168,620	94.2%	-10,450	138.2	240,510	92.4%	-19,700	130.9	70.1%
2023(見込)	149,260	88.5%	-19,360	122.3	205,450	85.4%	-35,060	111.8	72.7%
2024(予測)	151,640	101.6%	2,380	124.2	207,890	101.2%	2,440	113.1	72.9%

出所：「第27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 2024年1月



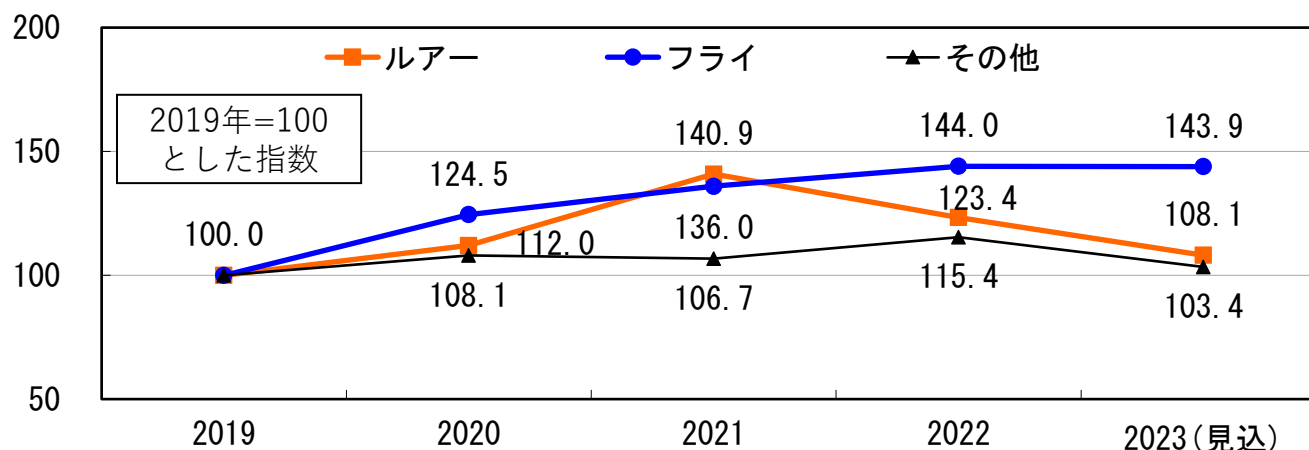
釣用品市場の動向② 2024年2月1日更新

● 釣種別国内出荷市場の推移

単位：百万円

釣 種	2021		2022			2023(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	121,393	67.8%	106,307	63.0%	-12.4%	93,184	62.4%	-12.3%
バス	37,944	21.2%	29,334	17.4%	-22.7%	28,432	19.0%	-3.1%
ソルト	77,812	43.5%	70,846	42.0%	-9.0%	58,474	39.2%	-17.5%
トラウト他	5,637	3.1%	6,127	3.6%	8.7%	6,278	4.2%	2.5%
フライフィッシング	2,487	1.4%	2,634	1.6%	5.9%	2,632	1.8%	-0.1%
ルアー・フライ小計	123,880	69.2%	108,941	64.6%	-12.1%	95,816	64.2%	-12.0%
投げ釣り	4,057	2.3%	3,918	2.3%	-3.4%	3,902	2.6%	-0.4%
磯・波止め釣り	21,782	12.2%	22,157	13.1%	1.7%	19,451	13.0%	-12.2%
船釣り	17,587	9.8%	20,592	12.2%	17.1%	17,633	11.8%	-14.4%
溪流釣り	1,806	1.0%	1,617	1.0%	-10.5%	1,554	1.0%	-3.9%
アユ釣り	4,567	2.6%	5,093	3.0%	11.5%	4,927	3.3%	-3.3%
ヘラブナ釣り	3,962	2.2%	5,022	3.0%	26.8%	5,116	3.4%	1.9%
その他	1,429	0.8%	1,280	0.8%	-10.4%	861	0.6%	-32.7%
合 計	179,070	100.0%	168,620	100.0%	-5.8%	149,260	100.0%	-11.5%

出所：「第27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 2024年1月



アウトドア用品市場

● アウトドア用品市場

※ 当社の関連するアウトドア用品市場

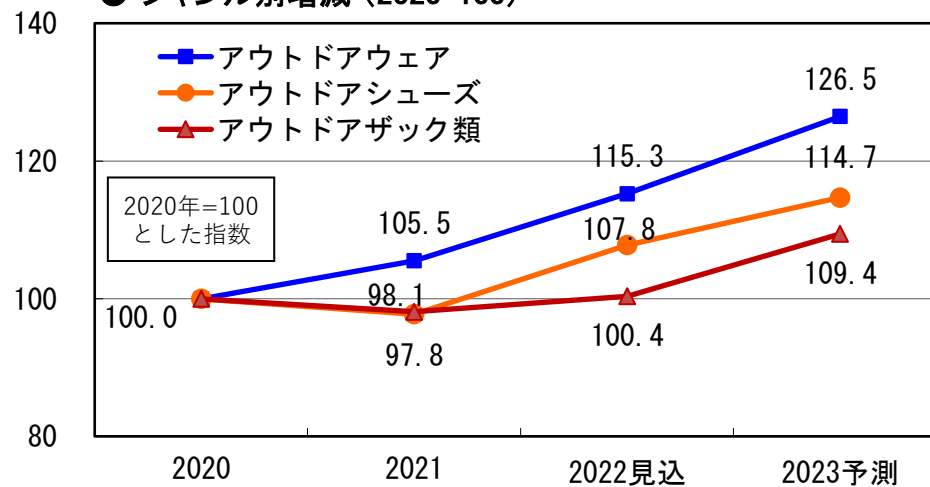
単位：百万円

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%

● 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%

● ジャンル別増減（2020=100）





【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。