

2026年1月期 業績説明補足資料

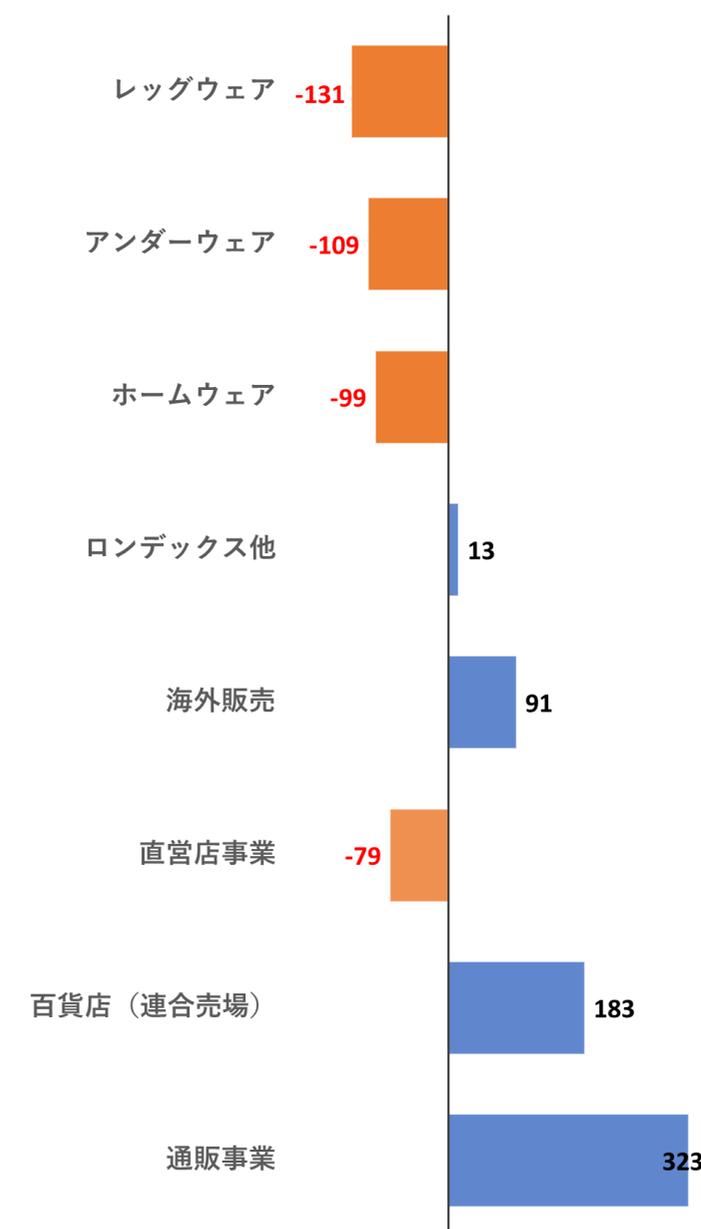
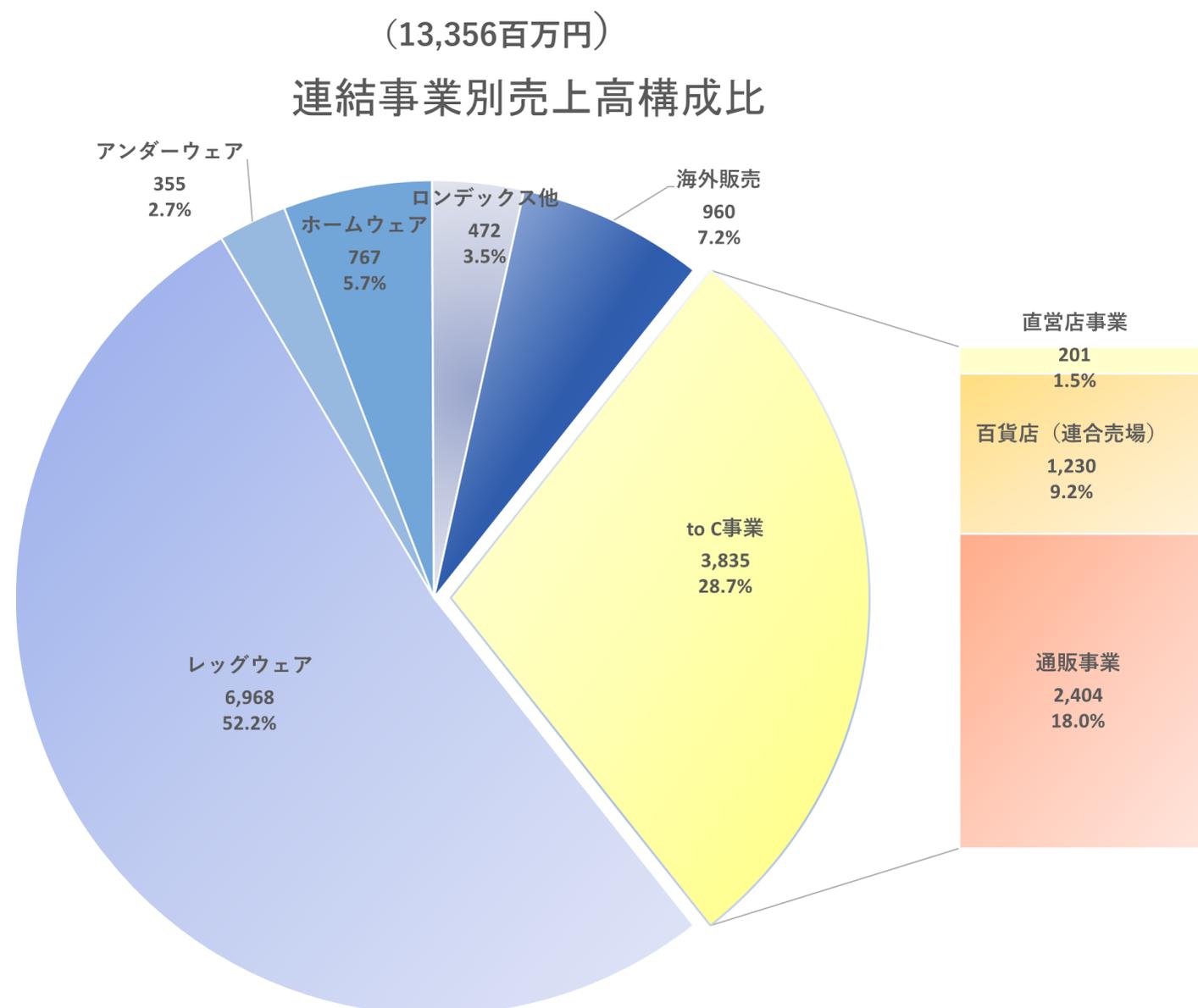
2026年3月13日



	2025/1月期 実績		2026/1月期 実績		前年 増減		2027/1月期 通期見通し		増減	
売上高	13,162		13,356		193	1.5%	15,500		2,144	16.1%
売上総利益	4,883	37.1%	4,903	36.7%	20	-0.4%	5,470	35.3%	567	-1.4%
販管費	4,826	36.7%	5,039	37.7%	213	1.1%	5,420	35.0%	381	-2.8%
営業利益	57	0.4%	-136	-1.0%	-192	-1.5%	50	0.3%	186	1.3%
経常利益	151	1.1%	-54	-0.4%	-204	-1.6%	100	0.6%	154	1.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	100	0.8%	50	0.4%	-49	-0.4%	70	0.4%	20	0.1%

連結売上高 事業別概要

グループ連結売上高
事業別前年増減 (193百万円)

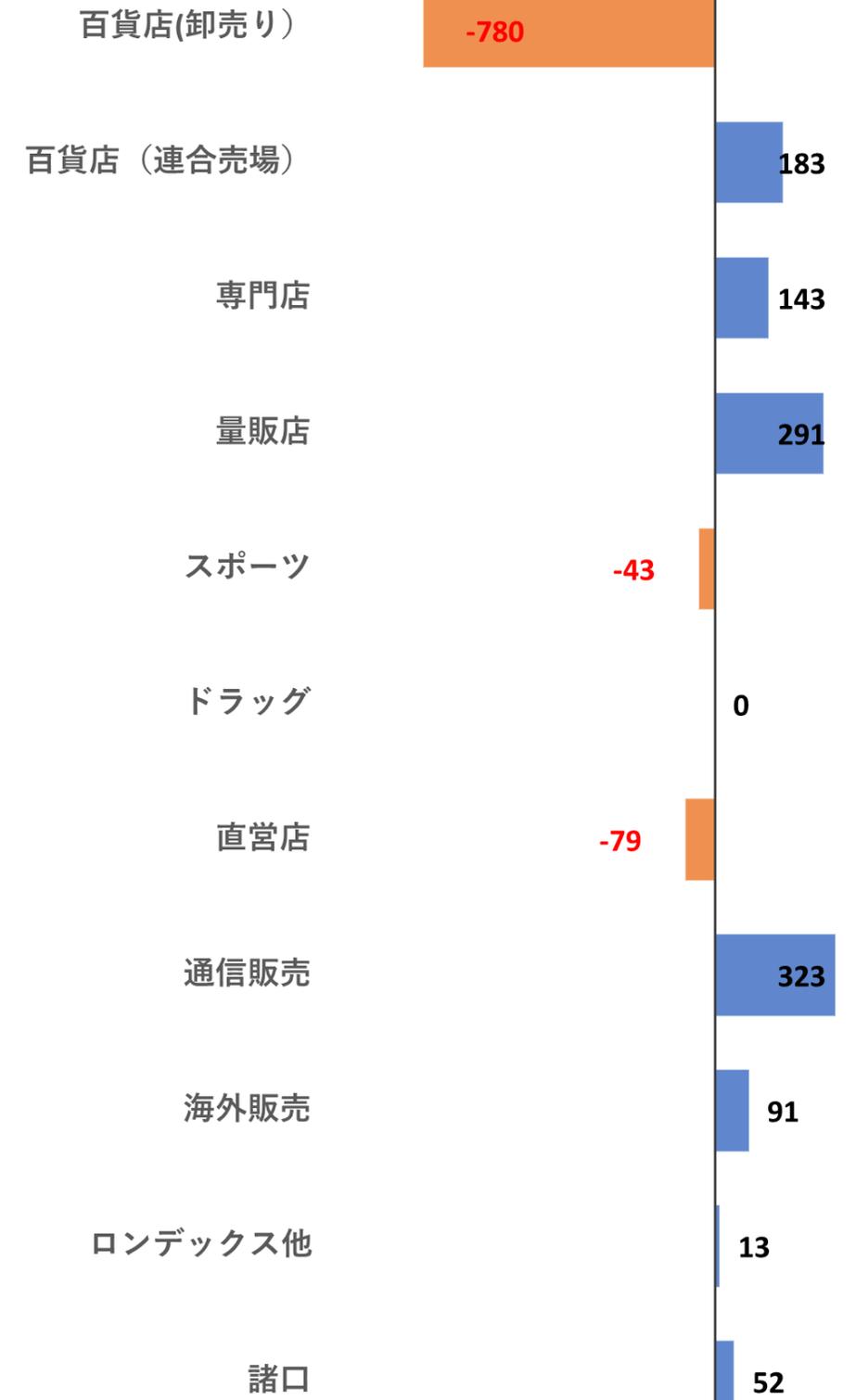
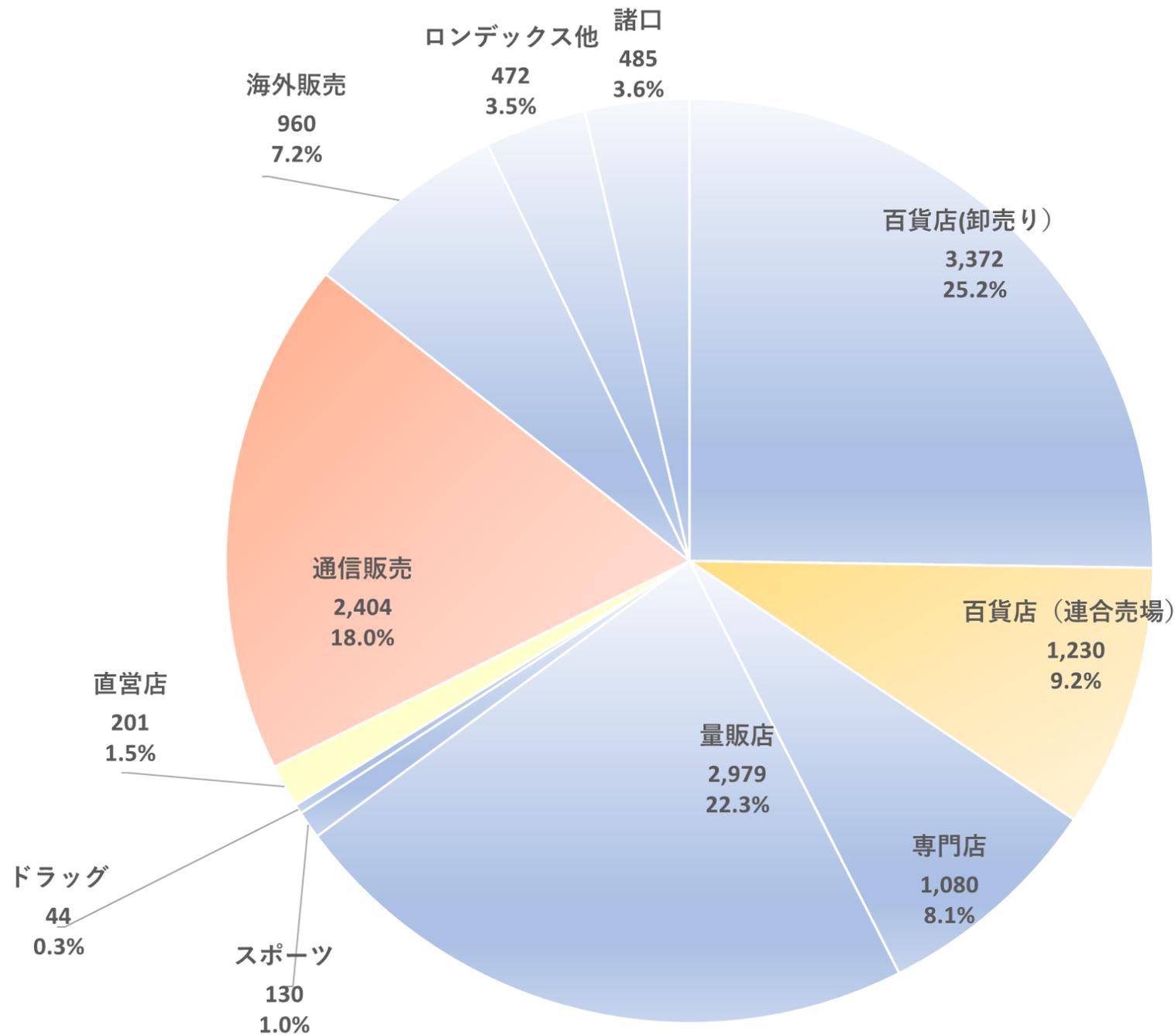


連結売上高 販路別概要

グループ連結売上高
販路別前年増減 (193百万円)

(13,356百万円)

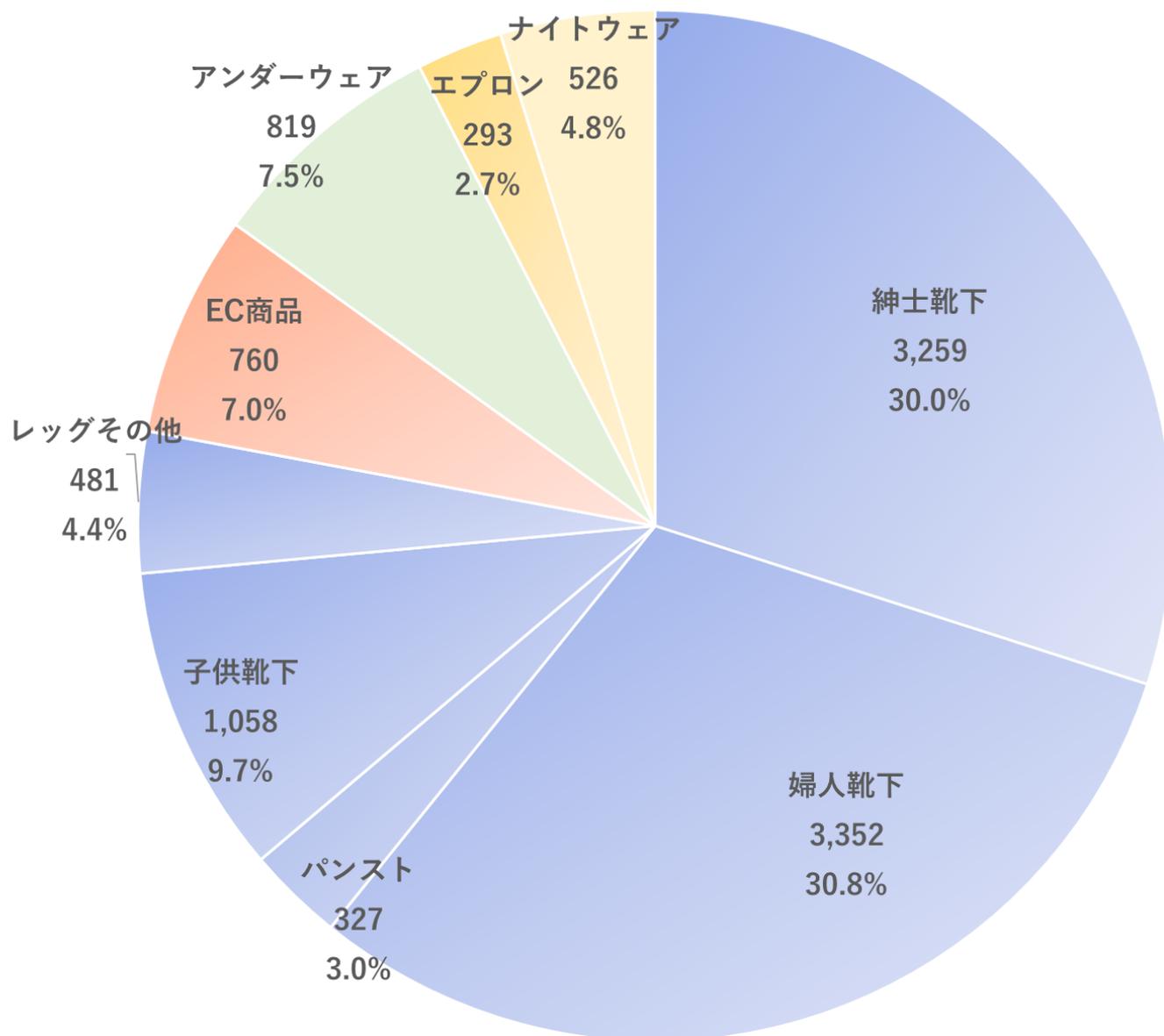
連結販路別売上高構成比



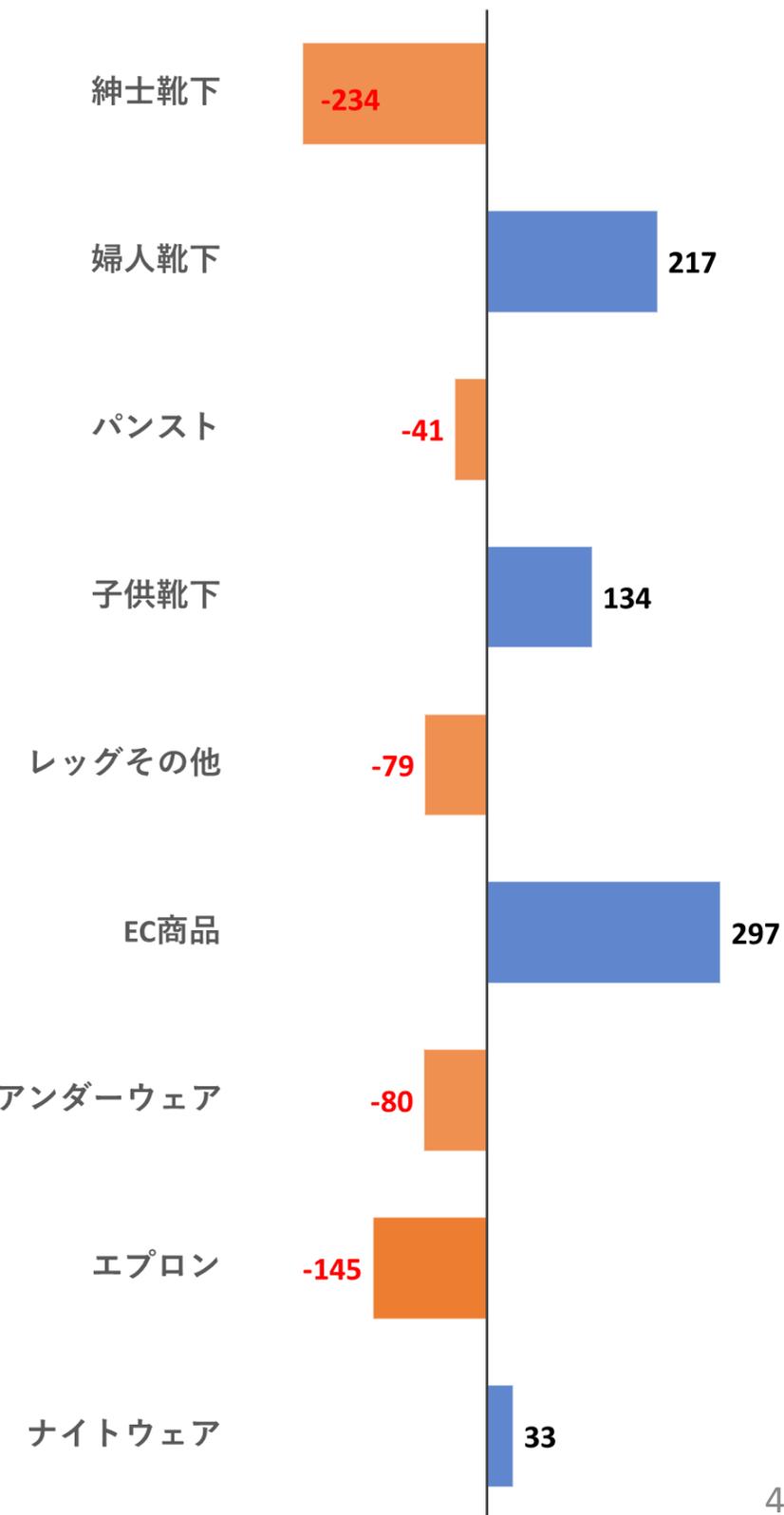
国内単体事業 品種別売上高概要

(10,873百万円)

国内単体事業品種別売上高構成比

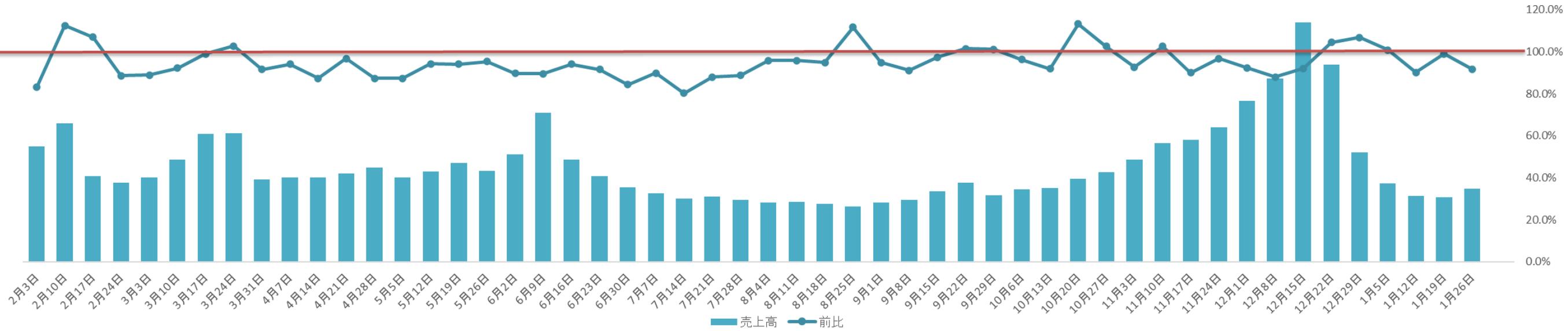


国内単体事業売上高 品種別前年増減 (100百万円)



百貨店店頭販売推移

百貨店紳士靴下店頭販売高推移(プロパー前年比)

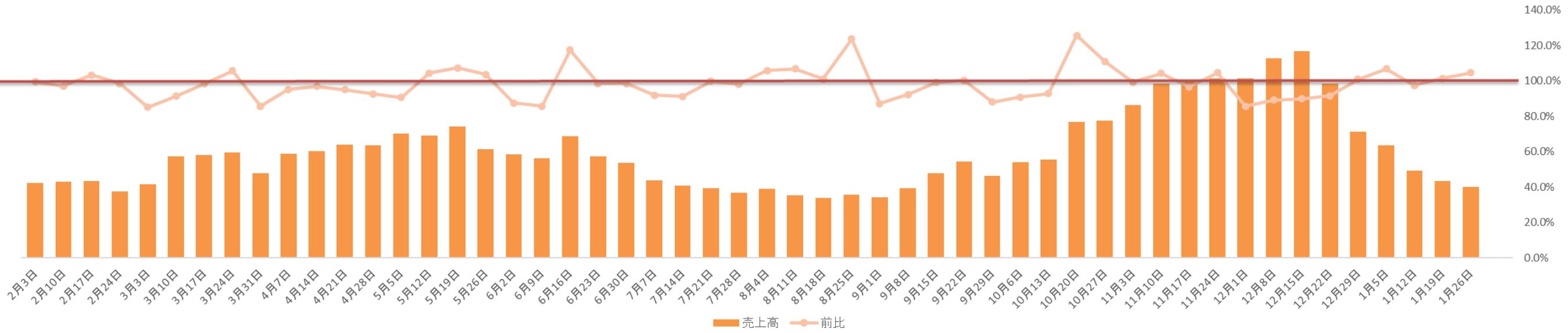


百貨店紳士アンダーウェア店頭販売高推移(プロパー前年比)

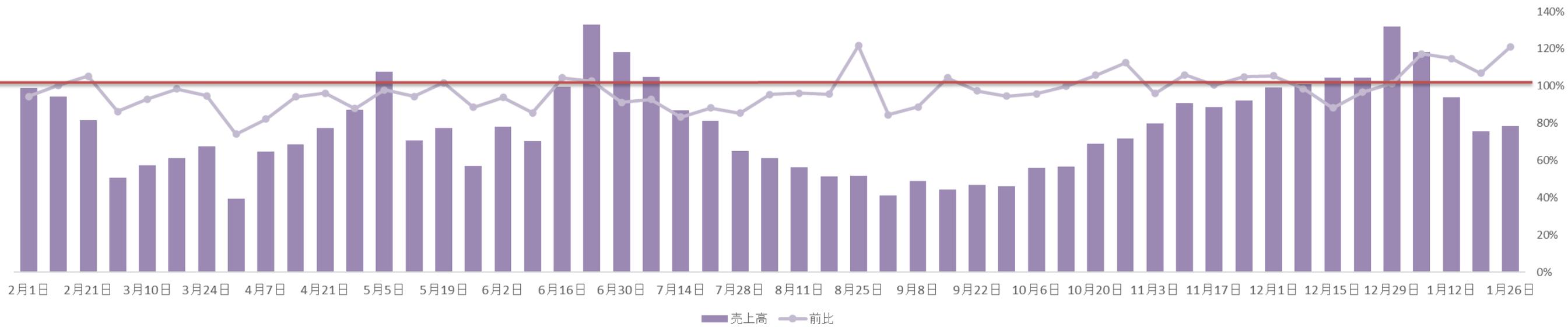


百貨店店頭販売推移

百貨店パンスト・婦人靴下店頭販売高推移(プロパー前年比)



ホームウェア店頭販売推移(プロパー・セール前年比)





中期経営計画 進捗報告

N - Challenge 2027

基本方針と3つの戦略

第6次中計 基本方針

「パーソナルソリューションカンパニー」を目指し、
消費者起点の発想による、新たな事業モデルの創造へ挑戦

財務戦略

- ① 連結経常利益5億円の達成
- ② 育成事業・成長加速事業と位置付ける
to C事業(直営店 / EC)・to B事業(専門
店チェーン)への戦略的な投資実行
- ③ 獲得キャッシュフローを原資とした配当
還元 of 積極検討



事業戦略

- ① 収益力改善と重点事業へのリソース再
配分を進めるため、構造改革を実行
- ② 百貨店・直営店にて“お客様がワクワク
するプロデュース売場”の構築／拡大
- ③ EC／専門店チェーンの拡大、及びNB
商品の開発／販売体制の強化を通じた、
エッセンシャルウェアの市場浸透



組織戦略

- ① プロデュース業への進化のための体制
変更(専門組織の立ち上げ、販路別MD等)
- ② NB商品の強化のため、経営企画室によ
る組織横断型プロジェクトを組成
- ③ 次世代のプロフェッショナル人材の獲得、
及びリーダー人材の育成強化

事業戦略における4つの挑戦

● “素足以上に足どり軽く”を実現する上質な“エッセンシャルウェア”をお届けするため、新たな「4つの挑戦」へ取り組みます

ナイガイの4つの挑戦

26年1月期進捗

今後の実施内容

1

収益改善・リソース再配分のための構造改革への挑戦

- ・不採算カテゴリーの縮小
- ・ブランドの集中／選択、商品原価の低減
- ・取引条件の見直し

- ・百貨店販路における収益基盤の再構築
- ✓靴下卸売事業は、収益改善に取り組んだものの、市場環境変化が想定以上に進み、計画未達
- ✓HW事業の収益基盤の整備

- ・百貨店販路の収益基盤の再構築を加速
- ✓靴下卸売事業：店舗別収益管理の高度化による収益性改善
- ✓HW事業：新規販路への販売拡大による収益基盤の強化

2

“売場のプロデュース業化”への挑戦

- ・2030年、直営店40店舗、自主運営売場40店舗の展開

- ・26年1月末店舗数
- 直営店 7店舗（前年比 +3）
- 自主運営売場 18店舗（前年比 +6）

- ・27年1月末店舗数計画
- 直営店 9店舗（前年比 +2）
- 自主運営売場 24店舗（前年比 +6）

3

“消費者とのタッチポイント拡大”への挑戦

- ・EC事業のリソース拡充による売上拡大
- ・「販路特性に合わせた商品開発」による専門店チェーン販路の開拓

- ・EC事業は、ポロ・ラルフローレンをはじめとするライセンス商品の拡販と広告施策により大幅成長
- ・販路特性に応じた商品開発を通じて、大手量販店チェーンの販売拡大

- ・EC事業は、新たなお悩み解決商品の開発と自主店舗における会員数の拡大を推進
- ・Championブランドを軸とした販路横断での販売拡大

4

“消費者ニーズに寄り添うNB商品開発”への挑戦

- ・AIマーケティングツールの活用
- ・R&Dの迅速化による、新商品の早期市場投入
- ・オンラインテストマーケティングの実践
- ・ナイガイラボを活用した機能性エビデンスの取得

- ・消費者視点を反映した新NB商品
- ✓風が通るエアリー ✓氷下美人
- ✓日傘美人 ✓おうちスパくつした
- ✓ヒーリングウェア
- ✓登山ソックス

- ・消費者視点を反映した新NB商品
- ✓ヒーリングウェア（春夏用）
- ✓UV対策アームカバー
- ✓横アーチソックス
- ✓足指開放ソックス

※HW事業：ホームウェア事業

※自主運営売場：百貨店において、当社が主体となって管理する売場

※NB：当社独自のブランドを指す

財務方針・主要財務目標

基本方針

- ① 第6次中計にて、構造改革と成長領域への注力により、収益体質の改善を実現します
- ② to C事業を中心に、将来の成長性・収益性の向上を見据え、成長投資へ積極的に取り組みます
- ③ 早期復配の実現を目指します

財務目標

売上高 **165**億円以上

経常利益率 **3%**以上

ROIC※ **4%**以上

第6次中期経営計画の財務目標(連結) (単位 | 億円)



主要財務目標一覧(連結) (単位 | 億円)

主要指標	26/1期(実績)	27/1期	28/1期
売上高	134	155	165
売上総利益	49	55	66
販管費	50	54	61
経常利益	▲0.5	1.0	5.0
売上高成長率	101%	116%	106%
売上総利益率	38%	35%	40%
経常利益率	▲0.4%	0.6%	3.0%
在庫回転期間	2.6	2.6	2.5
ROE			5.0%
ROIC			4.0%

※ROIC = ((営業利益 + 受取配当金) × (1 - 実効税率)) ÷ (株主資本 + 有利子負債)

※ROE = 当期純利益(実行税率加味後) ÷ 純資産

SDGs目標に向けた取り組みの紹介

「かわろね」×「つながる」プロジェクト ～SDGsの取り組み～

環境配慮・地域連携・多様性の尊重をテーマに、
地域社会と連携した活動を推進しています。



環境配慮



地域連携

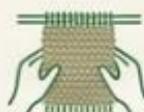


多様性の尊重

【アップサイクル × 就労支援】



靴下製造時の残糸を活用したアップサイクル商品開発



障がいのある方々による手織り生地を使用した製作



地域イベント・直営店での販売



売上の一部を福祉事業所へ寄付

【地域交流 × 体験型活動】

赤坂・港区地域とのつながりを深める



赤坂駅周辺の清掃活動への参加



子ども向けアップサイクルワークショップ



高齢者向け足の健康測定会



赤坂マルシェなど地域イベントへの協力



学校・地域団体との交流活動

■ 私たちが目指す社会

環境・福祉・地域のつながりを大切にしながら、持続可能で誰もが暮らしやすい社会の実現に貢献します。