



2027年2月期2Q

決算説明資料

伊澤タオル株式会社（証券コード：365A）

2026年10月14日

2027年2月期2Q 本日のポイント



- 2Q累計の売上高は中間期として過去最高⁽¹⁾を更新した一方、円安による仕入コストの上昇等により連結営業利益は52百万円
- 足元（9月）は新規ECモール出店開始と売上総利益率の改善が進む

1 新規ECモール出店開始

足元 楽天市場の9月売上⁽²⁾
28百万円

8月24日の出店から3週間でフェイスオールドイアリーランキング1位を獲得。出店後の9月もAmazon.co.jp売上⁽²⁾は前年同月比148.2%と伸長し、食い合いなく成長

2 下期は利益改善へ

価格・仕様の適正化が
下期に本格寄与

9月単月で売上総利益率は改善。新規ECモールの出店開始、インド・ベトナムへの生産移管（2Qインド生産比率24.7%⁽³⁾）とあわせ、利益率の改善を図る

3 IFRS任意適用を決定

2029年2月期より
IFRSを適用

のれんの非償却化に加え、ヘッジ会計の適用も今後検討。あわせて2Qより米国・香港の子会社2社を連結

4 中間配当21円を決定

年間配当予想
42円

（中間21円・期末21円）
DOE10%を目安とした年2回配当

(注) 1. 売上高の過去最高は過去の個別実績（2Q累計）との比較
2. 楽天市場の売上は楽天市場データの売上金額（税込）を税抜換算。Amazon.co.jp売上は販売価格ベース。9月の数値は月次速報値。詳細はP27（Amazon.co.jp）・P28（楽天市場）
3. インド生産比率は個別の仕入額に占めるインド生産品の割合

2027年2月期
第2四半期実績

中間期
過去最高

リベート控除前売上高

5,652百万円

リベート控除前売上総利益率

22.4%

のれん償却前中間純利益

275百万円

ROE⁽¹⁾

21.6%

インド生産比率⁽²⁾

23.0%

過去
最高

タオル研究所 導入店舗

3,000店舗

2027年2月期2Q 連結経営成績



(単位：百万円)

連結業績（2027年2月期 2Q累計） ⁽¹⁾		
	実績	売上高比
売上高	5,380	100.0%
売上総利益	993	18.5%
販売費及び一般管理費	940	17.5%
営業利益	52	1.0%
為替差損益	277	5.1%
経常利益	308	5.7%
親会社株主に帰属する中間純利益	174	3.2%
のれん償却前中間純利益	275	5.1%
(参考) リベート控除前売上高	5,652	—
(参考) リベート控除前売上総利益	1,265	22.4%
(参考) 営業利益 + 為替差損益	329	6.1%

連結のポイント（2Q累計）	
売上	リベート控除前売上高5,652百万円は中間期として過去最高（過去の個別実績比）
利益	円安による仕入コストの上昇と米国子会社の先行投資により、営業利益52百万円
為替	為替予約・外貨預金の為替差益277百万円で、経常利益308百万円を確保

（参考）個別ベースの前年同期比較（2Q累計）			
	26/2期	27/2期	前年同期比
売上高	4,657	5,359	115.1%
売上総利益	1,081	973	90.0%
販売費及び一般管理費	795	900	113.2%
営業利益	285	72	25.3%
為替差損益	4	278	—
経常利益	238	361	151.7%
中間純利益	139	228	164.0%
のれん償却前中間純利益	240	328	136.7%
(参考) リベート控除前売上高	4,882	5,631	115.3%
(参考) リベート控除前売上総利益	1,305	1,245	95.4%
(参考) 営業利益 + 為替差損益	290	350	120.7%

個別のポイント（前年同期比）	
売上	ODM・ECが牽引し、売上高は前年同期比115.1%
利益	円安による仕入原価の上昇と成長投資により営業減益（YoY25.3%）
為替	為替差益278百万円（前年同期4百万円）で経常増益（YoY151.7%）

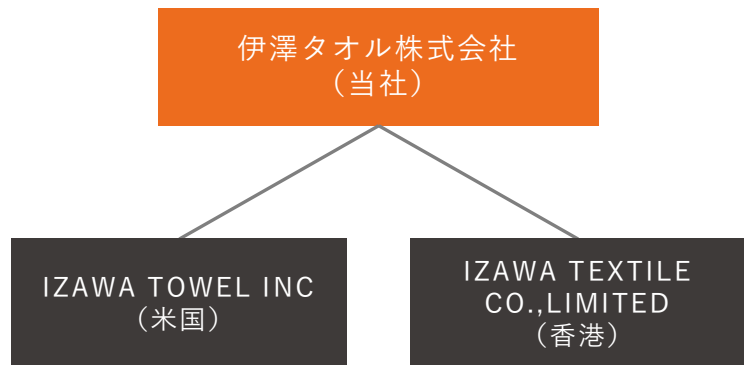
(注) 1. 当中間期より中間連結財務諸表を作成しているため、連結では前年同期との比較を行っていません
2. 百万円未満切捨て、比率は表示値ベース。個別の27/2期は決算確定後の単体数値

■ 連結決算への移行について



2027年2月期第2四半期より、非連結としていた子会社2社を連結の範囲に含めました

連結の範囲



連結に含めた理由

IZAWA TOWEL INC (米国)

米国市場における当社グループの事業拠点として、Amazon.comでの製品ラインナップの拡充や広告等の先行投資を進めるなど、米国事業の本格的な拡大に着手したことで、グループの成長戦略上の位置づけが高まり、質的な重要性が増したと判断。今後、売上高の増加など事業規模の拡大も見込まれる

IZAWA TEXTILE CO., LIMITED (香港)

重要性基準には該当しないが、IFRS任意適用に向けてグループの連結範囲をあらかじめ整備

移行のスケジュール



■ 個別から連結への差異（2Q累計）

（単位：百万円）

	当社（個別）	子会社・連結修正	連結
売上高	5,359	21	5,380
売上総利益	973	20	993
営業利益	72	△20	52
経常利益	361	△53	308
中間純利益	228	△54	174
のれん償却前中間純利益	328	△53	275

ポイント

- ・ 米国子会社は Amazon.com 向け販売の立上げ期にあたり、広告宣伝費等の先行投資により営業損失を計上
- ・ 連結修正は、グループ内取引・未実現利益の消去と、子会社からの受取配当金の消去（経常利益以下に影響）が中心

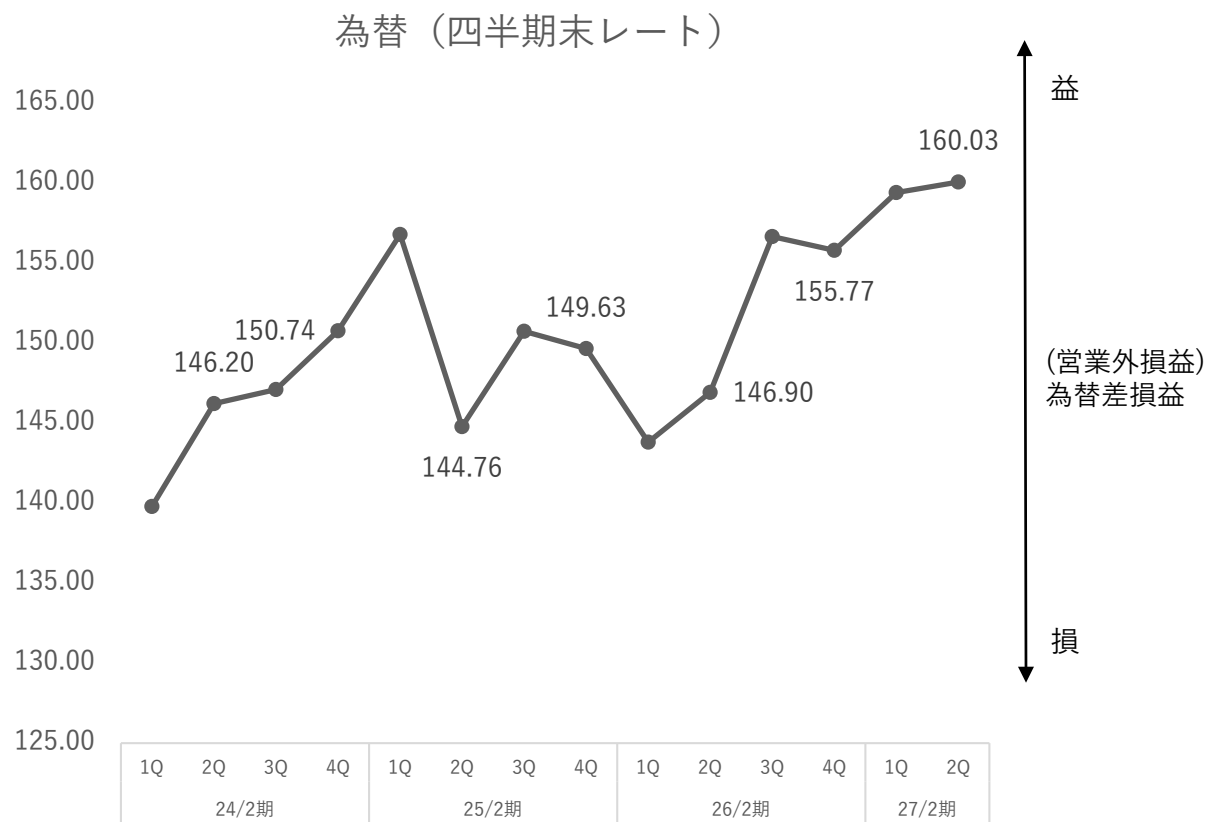
2027年2月期2Q 為替レート推移

為替レート（四半期）

- ・2Q期中平均レートは160.58円、8月末レートは160.03円
- ・2Q累計の期中平均レートは159.15円（前年同期146.97円）



※赤字：各期の2Q累計（3～8月）の期中平均レート

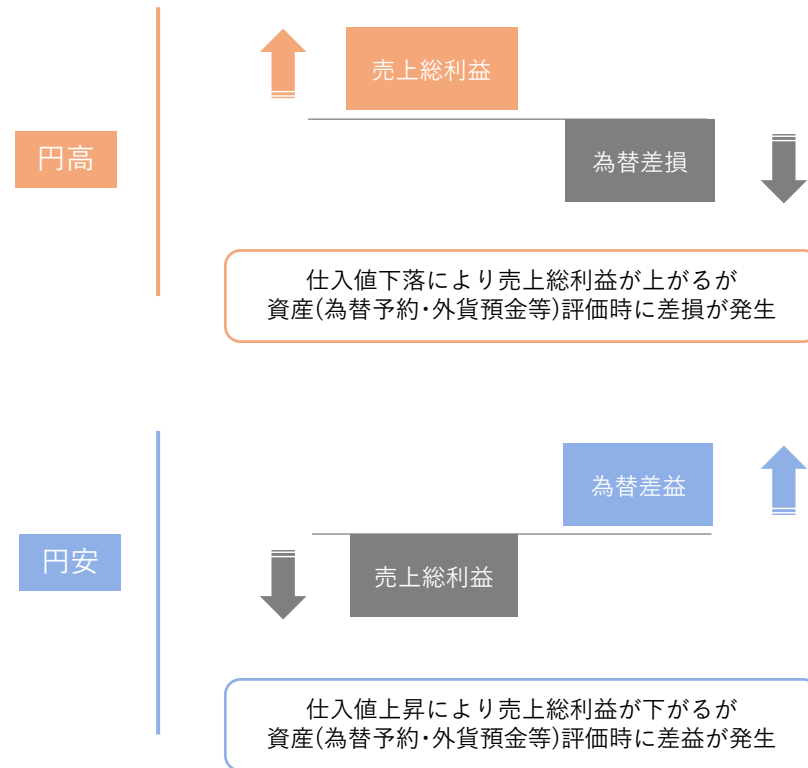


※ラベル：各期の2Q末・期末（翌期の前期末）レート。24/2期の前期末は136.33円

為替変動が当社業績に与える影響

- 当社は、毎月の外貨仕入の支払レートを平準化するために、短中期の為替予約を実行
- 会計処理（日本基準）は、ヘッジ会計を採用していないため、売上総利益と営業外損益（為替差損益）に常に影響
- 期中平均レートは売上総利益、期末（四半期末含む）レートは為替差損益に影響
- 第2四半期末の為替予約契約残高は38百万ドル、平均レートは144.07円

為替影響の考え方⁽¹⁾



為替感応度（下期・1米ドル＝1円の円安の場合）⁽²⁾

営業利益 △30 百万円 仕入コストの増加	為替差損益 + 40 百万円 為替予約の決済差益 ・ 評価益	経常利益 + 9 百万円 営業利益 + 為替差損益
-----------------------------	---	---------------------------------

円安による仕入コストの増加は、為替予約の差益で相殺されるため、経常利益への影響は限定的

IFRS任意適用（2029年2月期～）を契機に

ヘッジ会計の適用を今後検討。適用した場合、仕入に係る為替変動の影響を売上原価により適切に反映でき、売上総利益率の安定化に資する可能性（P24参照）

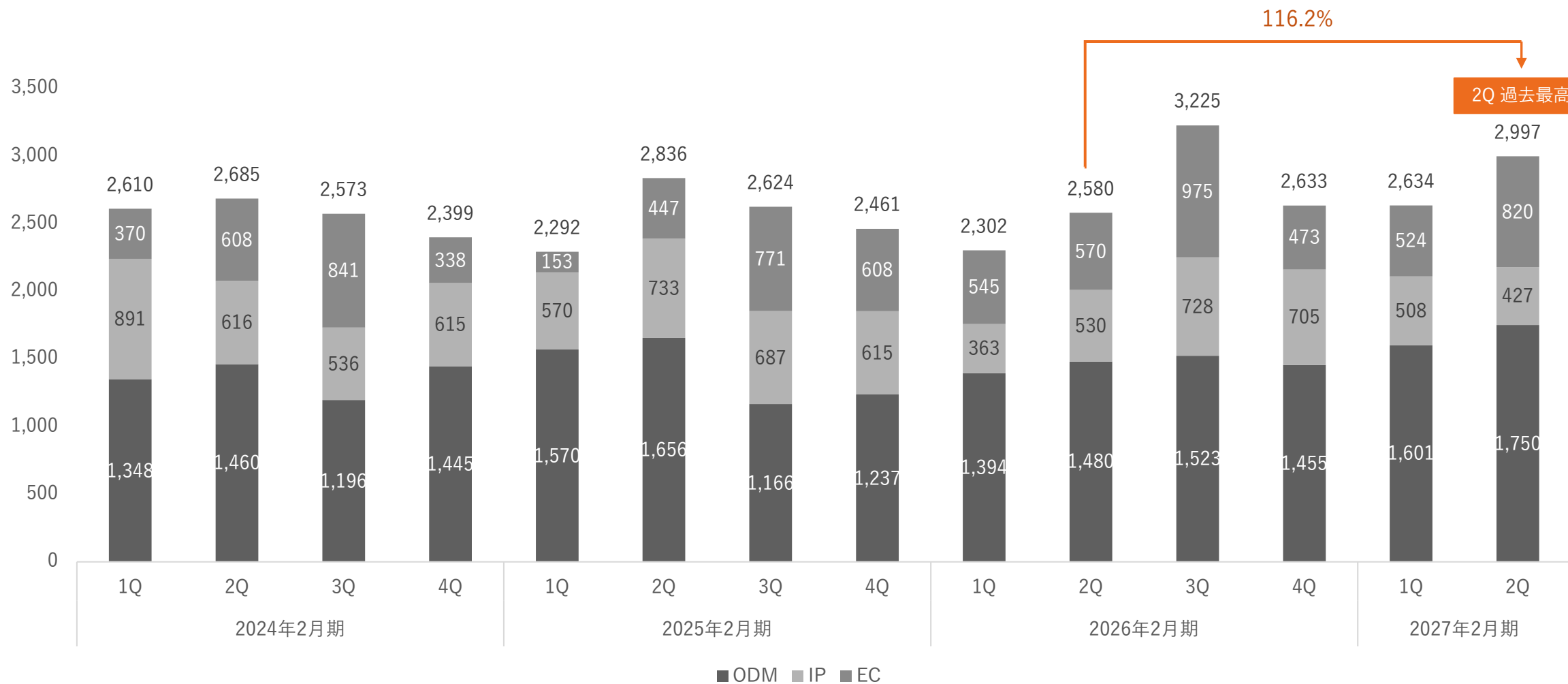
(注) 1. 考え方はイメージであり、為替における影響のすべてを完全に反映しているものではありません
2. 為替感応度は当社単体の試算（2026年9月～27年2月に1円円安の場合。為替予約は2Q末時点の契約ベース）。百万円未満四捨五入
3. 過去の為替推移と売上総利益率・為替差損益比率の関係はP38をご参照ください

2027年2月期2Q リベート控除前売上高推移（個別）



リベート控除前売上高（四半期）

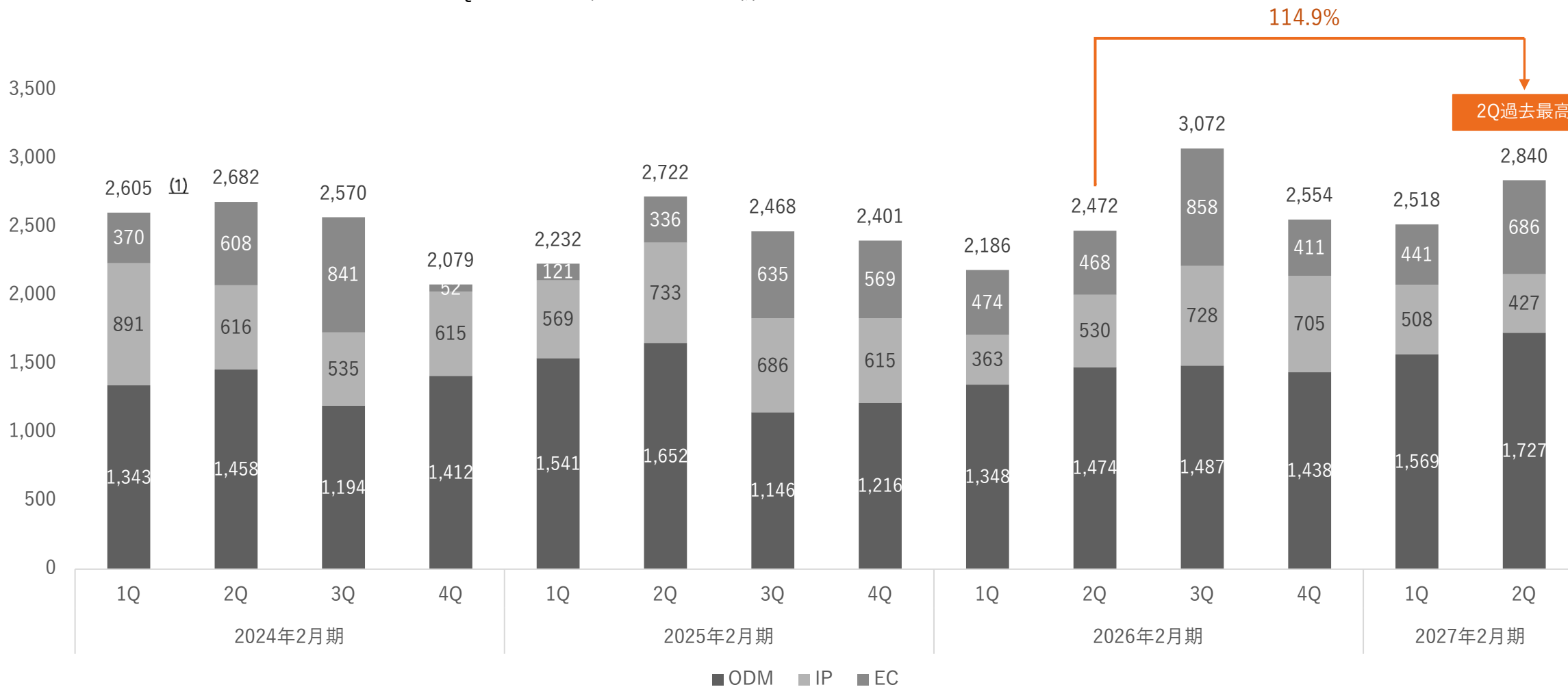
- リベート控除前売上高は前年同期比 116.2%（内訳：ODM 118.3%、IP 80.7%、EC 143.7%）の2,997百万円
- 2Qとして過去最高売上高を更新



2027年2月期2Q 売上高推移（個別）

売上高（四半期）

- 売上高は前年同期比114.9%（内訳：ODM 117.1%、IP 80.7%、EC 146.8%）の2,840百万円
- 2Qとして過去最高売上高を更新

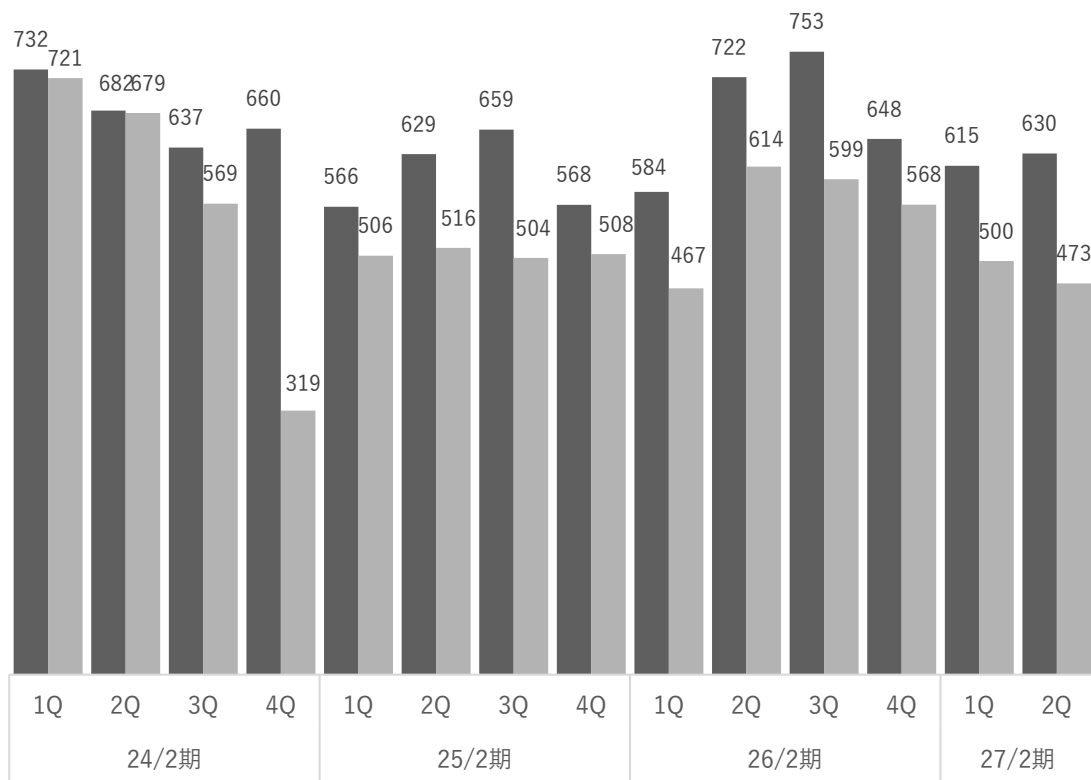


(注) 1. 上場準備中であつたため月次決算の合計値を集計（リポート未適用）
2. 四半期推移は継続性の観点から個別ベースで表示

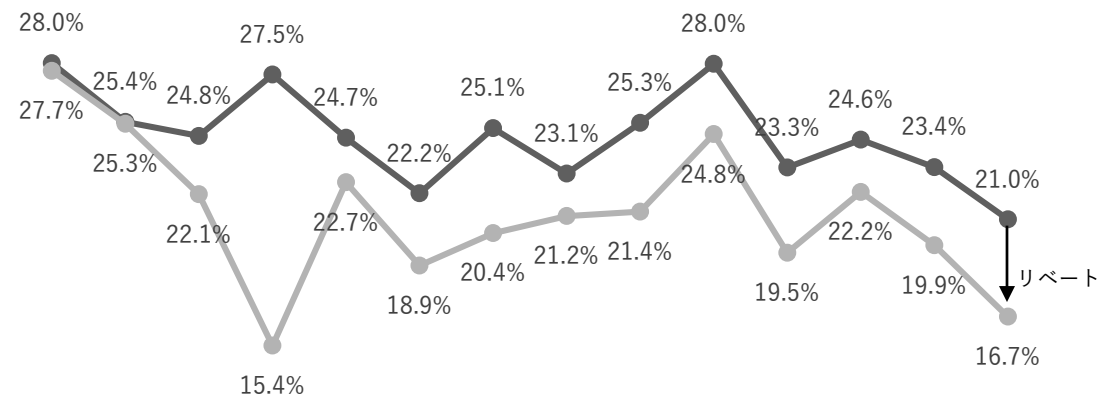
2027年2月期2Q 売上総利益・総利益率推移（個別）

売上総利益（四半期）

- リベート控除前：売上総利益は630百万円、売上総利益率は21.0%
- リベート控除後：売上総利益は473百万円、売上総利益率は16.7%



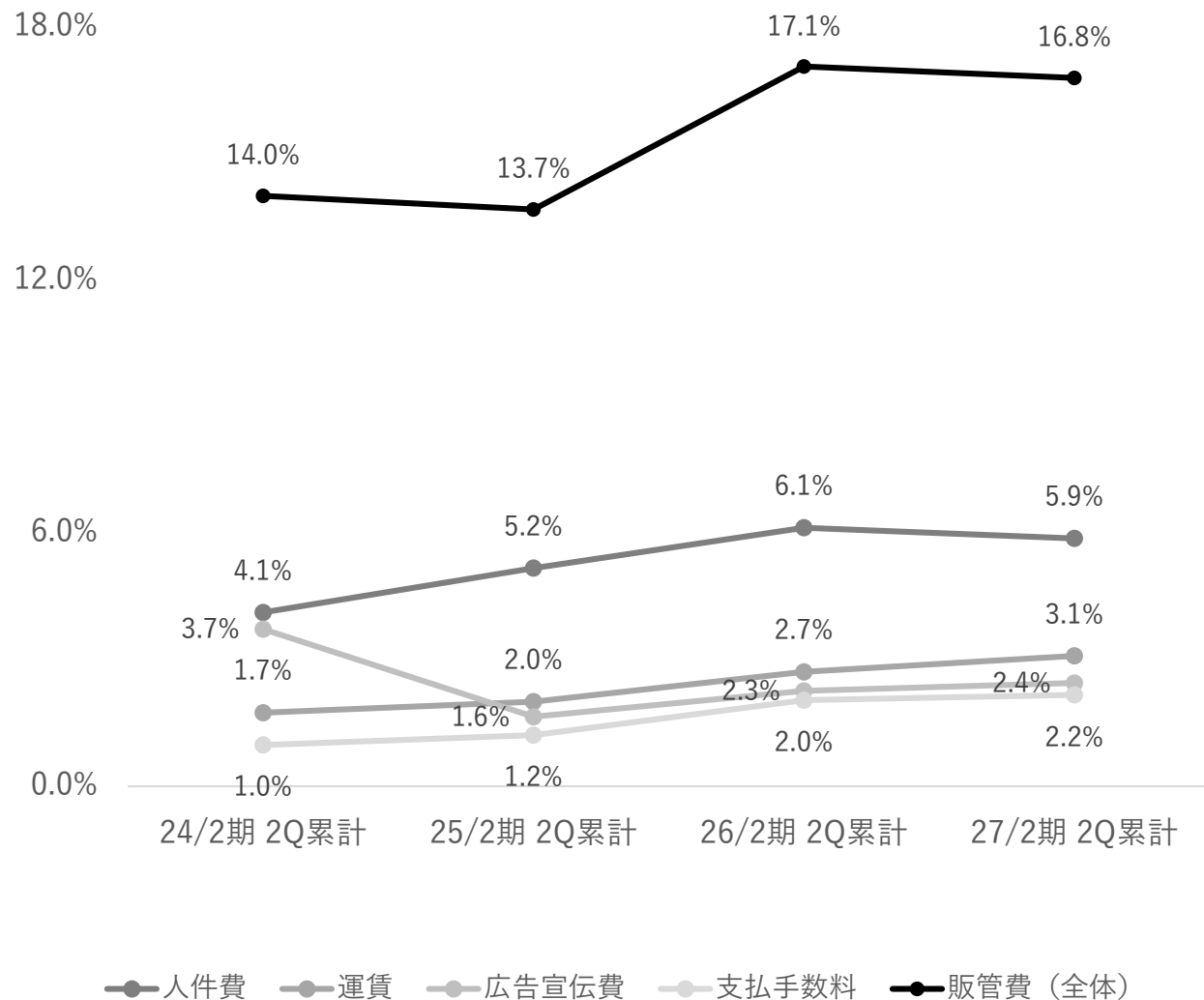
■ リベート控除前 ■ リベート控除後



● リベート控除前売上総利益率 ● リベート控除後売上総利益率

(注) 1. 四半期推移は継続性の観点から個別ベースで表示
2. 2Qは決算確定後の当社単体の数値（2Q累計-1Q開示値）

2027年2月期2Q 販売費及び一般管理費の売上比率推移（個別）



運賃

- 国内物流増加による影響

広告宣伝費

- i-TOWELのブランディング費用
- タオル研究所の積極的なWebマーケティング実施

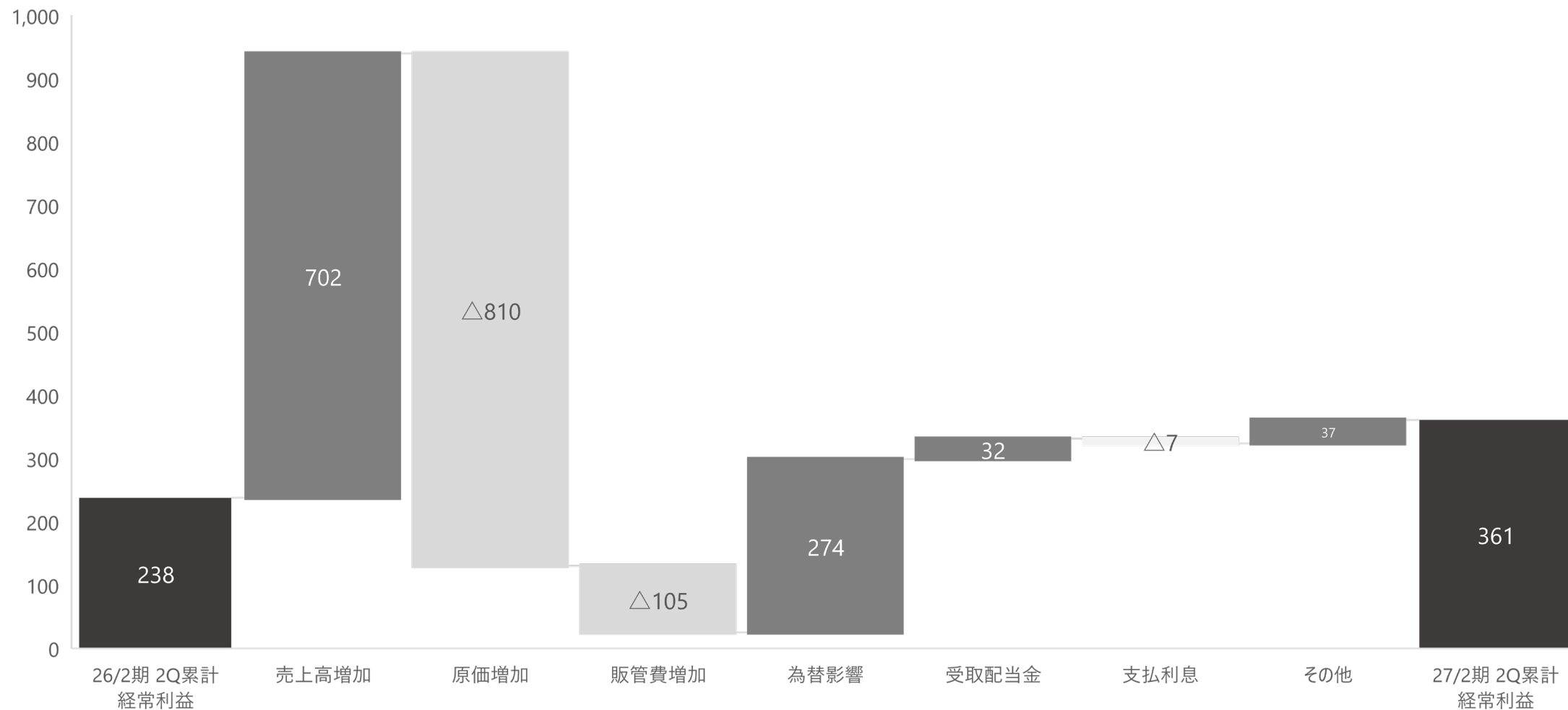
支払手数料

- 特許関連費用
- 人員強化に伴うエージェント費用

2027年2月期2Q 経常損益増減分析（個別）



（単位：百万円）



（注） 1. 連結初年度のため、同一条件で比較できる個別ベースで表示（27/2期は決算確定後の単体数値）
2. 27/2期2Q累計の連結経常利益は308百万円

2027年2月期 連結業績予想



連結決算への移行に伴い、2026年4月14日に公表した個別業績予想（期初予算）を取り下げ、連結業績予想を公表。子会社2社の業績を織り込み、前提為替レートを直近の水準に見直して試算した結果、個別業績予想との差異が業績予想の修正に関する開示基準の範囲内であることから、個別業績予想と同額としております

（単位：百万円、1株当たり当期純利益は円）

区分	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益	1株当たり ⁽¹⁾ 当期純利益
今回発表（連結）	11,650	825	1,082	638	68.58
⁽²⁾ （参考）前回発表（個別）	11,650	825	1,082	638	63.85
（参考）連結実績	5,380	52	308	174	18.37

連結業績予想の考え方

① 連結予算の検討

子会社2社（INC・ITEX）の事業計画に、グループ内取引の消去等の連結調整を織り込み、連結予算を策定

② 前提為替レートの見直し

前提為替レートを直近12か月の平均（1米ドル＝156.74円）に見直し、子会社2社を含めた連結の業績を試算

③ 連結業績予想の公表

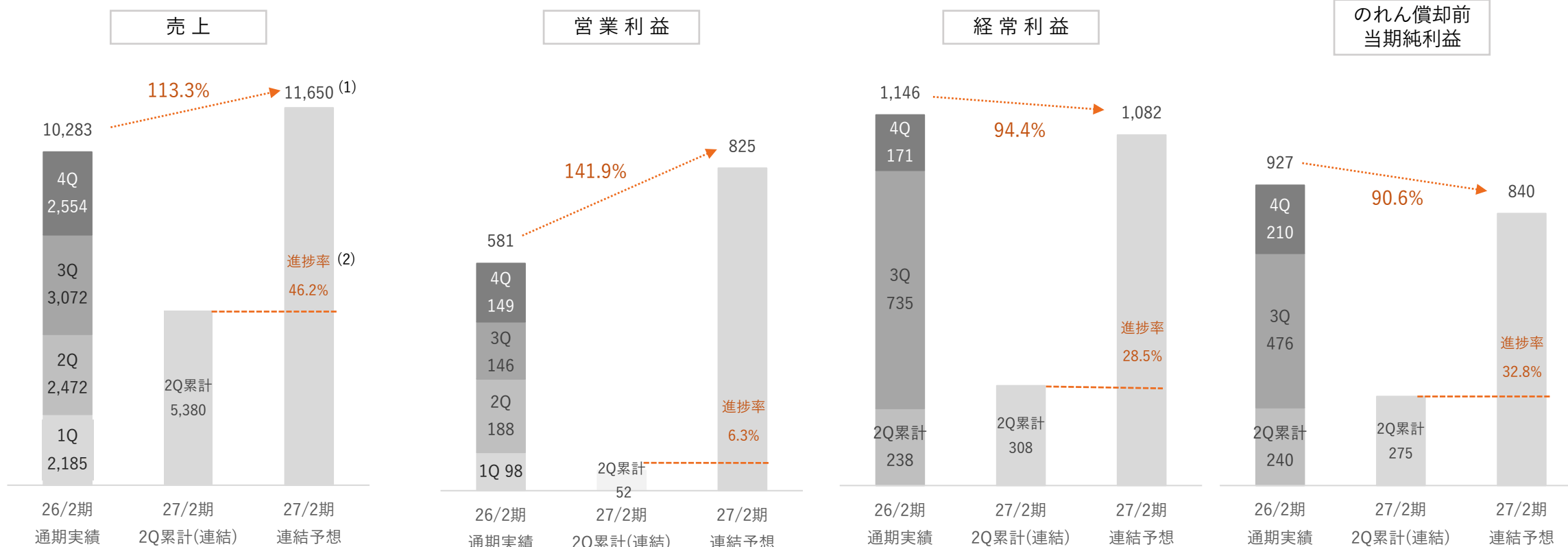
試算結果と個別業績予想との差異は開示基準の範囲内のため、個別業績予想と同額とする。下期は利益改善の取り組み（P17）を推進し、達成を目指す

（注） 1. 1株当たり当期純利益は、自己株式の取得による期中平均株式数の減少を反映。
2. （参考）前回発表（個別）は2026年4月14日公表の業績予想（期初予算）

2027年2月期の予算実績進捗（連結）



（単位：百万円）



- ・ ODM・ECの伸長により、中間期として過去最高のリベート控除前売上高を更新（連結）

- ・ 円安進行により仕入コストは上昇
- ・ 中長期の成長に向けた戦略的投資（マーケ・人材等）を優先

- ・ 円安進行に伴い、為替差益が発生

（注） 1. 通期予想は連結業績予想（2026年4月14日公表の個別業績予想と同額。前提為替レートの見直し等による差異が開示基準の範囲内であるため）。詳細は前頁をご参照ください
 2. 進捗率は参考値
 3. 連結初年度のため前年同期比は記載していません

■ 下期に向けた利益改善の取り組み

2Q累計は円安による仕入コストの上昇と成長投資により連結営業利益率1.0%にとどまる一方、リベート控除前売上高は中間期として過去最高を更新。下期は「価格・仕様の適正化」「新規ECモール出店開始」「生産地の移行」の3施策で利益率の改善を図る

1 価格・仕様の適正化（リニューアル）

既存商品のリニューアルにあわせて仕様・価格を見直し、現行の為替水準を踏まえた利益率へ適正化

寄与のタイミング

下期に本格寄与

リニューアル品への切り替えを順次進め、下期を通じて利益率の改善に寄与

足元の状況

9月は粗利率が改善⁽¹⁾

すでに9月単月で売上総利益率は改善しており、リニューアルによる効果も徐々に表れる見込み

2 新規ECモール出店開始

新規ECモール（楽天市場・ZOZOTOWN）の出店を開始し、利益率を向上

楽天市場の9月売上（8月24日出店）

28百万円⁽¹⁾

出店から3週間でフェイスタオル デイリーランキング1位を獲得

Amazon.co.jp売上（2Q 前年同期比）

115.4%⁽¹⁾

楽天市場は購入者の約半数が30～50代女性。Amazonとは異なる顧客層を上乘せ

3 生産地の移行（中国→インド・ベトナム）

中国からインド・ベトナムへの生産移管を進め、調達コストを低減（経済連携協定の適用により、対象品目の輸入関税は無税）

インド生産比率（仕入額ベース）

1Q 21.0% → 2Q 24.7%⁽²⁾

26/2期通期 19.6% → 27/2期2Q累計 23.0%

下期の方針

移管を段階的に推進

品質・納期を見極めながら対象品目を順次拡大し、中長期で調達コストの低減を図る

(注) 1. 9月の売上総利益率の動向は個別の月次速報に基づく。楽天市場の売上は楽天市場データの売上金額（税込）を税抜換算（詳細はP28）、Amazon.co.jp売上はP27

2. インド生産比率は個別の仕入額に占めるインド生産品の割合

2027年2月期2Q 連結財政状態



(単位：百万円)

連結 (2026年8月末) ⁽¹⁾		
	実績	構成比
資産	7,854	100.0%
流動資産	3,937	50.1%
現金預金	1,091	13.9%
売上債権 ⁽²⁾	1,873	23.9%
棚卸資産	530	6.8%
固定資産	3,917	49.9%
のれん	3,023	38.5%
負債	4,451	56.7%
流動負債	1,731	22.0%
1年内返済長期借入金	230	2.9%
固定負債	2,720	34.6%
長期借入金	2,720	34.6%
純資産	3,403	43.3%
自己株式	△635	△8.1%

(参考) 個別ベースの前期末比較			
	26/2末	26/8末	前期末比
資産	8,476	7,917	93.4%
流動資産	4,279	3,846	89.9%
現金預金	1,126	934	82.9%
売上債権	2,145	1,866	87.0%
棚卸資産	510	511	100.3%
固定資産	4,197	4,071	97.0%
のれん	3,123	3,023	96.8%
負債	4,340	4,506	103.8%
流動負債	1,505	1,786	118.7%
1年内返済長期借入金	230	230	100.0%
固定負債	2,835	2,720	95.9%
長期借入金	2,835	2,720	95.9%
純資産	4,136	3,411	82.5%
自己株式	△81	△635	779.6%

(注) 1. 当中間期より中間連結財務諸表を作成しているため、連結では前期末との比較を行っていません
2. 売上債権 = 売掛金 + 電子記録債権

株主還元① 配当（中間配当の決定）

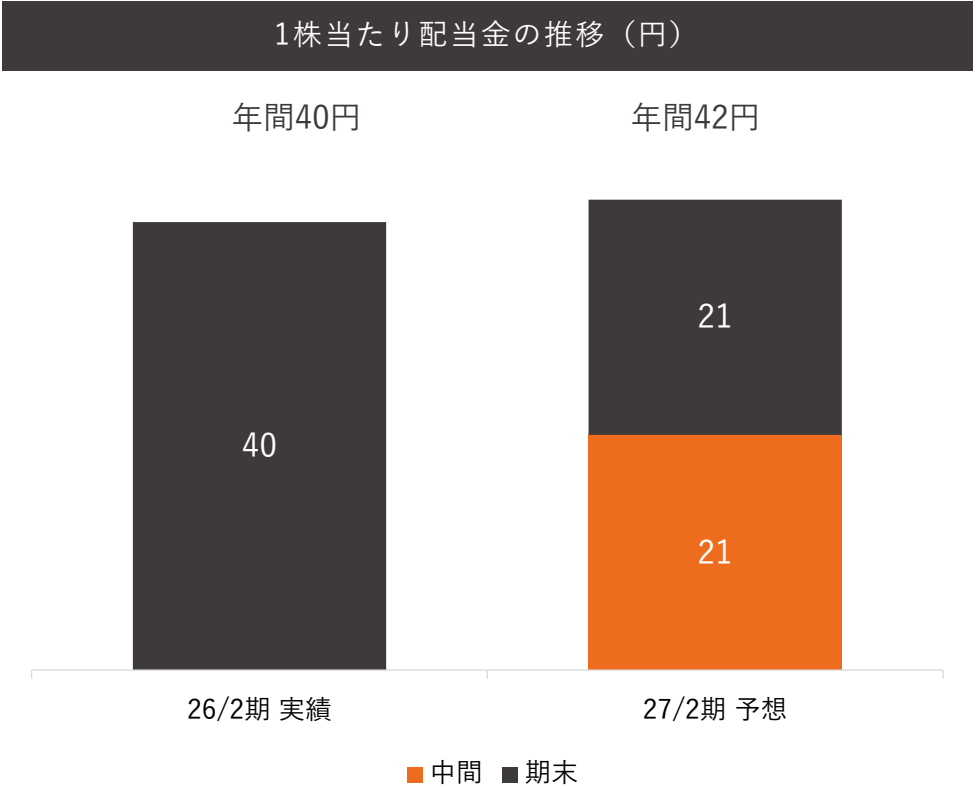


2026年8月31日を基準日とする中間配当（1株当たり21円）を決議。年間配当予想42円（中間21円・期末21円）に変更なし

中間配当の内容			
	決定額	直近の配当予想 (2026年4月14日)	前期実績 (26/2期中間)
基準日	2026年8月31日	同左	2025年8月31日
1株当たり配当金	21円00銭	同左	0円00銭
配当金総額	191百万円	—	—
効力発生日	2026年11月13日	—	—
配当原資	利益剰余金	—	—

配当方針

- ・ DOE（前期末株主資本に対する年間配当金額の割合）10%を目安
- ・ 中間配当と期末配当の年2回配当



※26/2期 期末配当40円には上場記念配当1円を含む。27/2期 期末は予想

株主還元② 自己株式の取得



2026年2月～6月に、累計900,000株（取得価額641百万円）の自己株式を取得。うち今期の取得は560百万円

取得の内容			
取得方法	取得期間	取得株式数	取得価額
市場買付	2026年2月1日～3月31日	300,000株	205百万円
自己株式立会外買付取引 (ToSTNeT-3)	2026年6月26日	600,000株	436百万円
合計		900,000株	641百万円
うち今期取得分	2026年3月～6月（2月取得分81百万円は前期）		560百万円

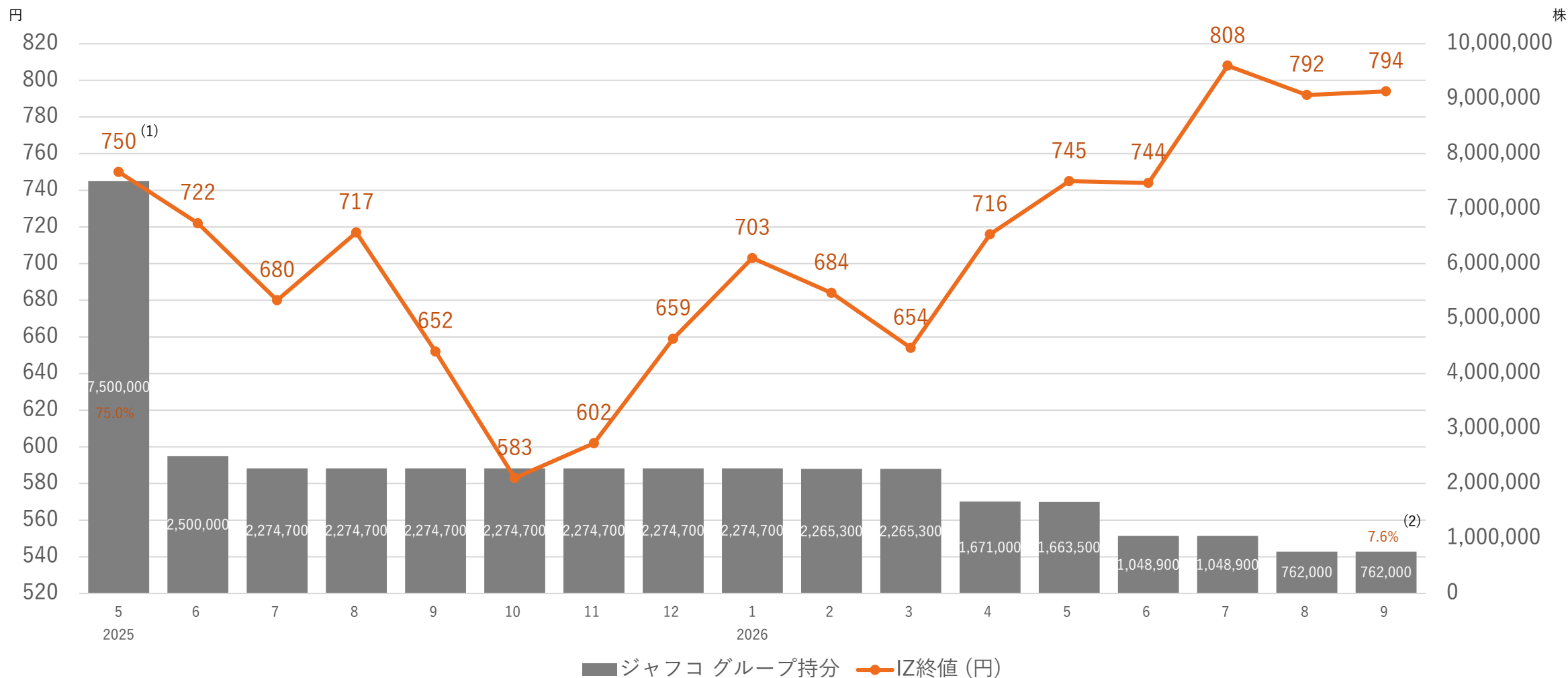
自己株式の保有状況	
保有残高（2026年8月31日時点）	取得 900,000株 ストックオプション行使 △9,000株
891,000株	
発行済株式総数に対する割合	
8.91% ⁽¹⁾	

株主還元の全体像（2027年2月期）		
配当 ⁽²⁾ 年間42円（予想）＝中間21円＋期末21円 配当総額 382百万円（予想） DOE10%を目安とした年2回配当	自己株式の取得 今期取得分 560百万円 （2026年3月～6月） 累計900,000株・641百万円（2026年2月～6月）のうち今期分	株主還元総額 943百万円 ＝配当総額382百万円＋自己株式取得額560百万円 配当は予想、自己株式は今期（2026年3月～6月）の取得分

(注) 1. 発行済株式総数に対する割合＝保有残高891,000株÷発行済株式総数10,000,000株
2. 配当総額（予想）＝中間191百万円（決定）＋期末約191百万円（21円×期末配当対象株式数9,109,000株で試算）

■ ジャフコ グループ 持分比率の推移

上場およびロックアップの解除によりジャフコ グループの比率は75%→7.6%まで減少し、オーバーハング懸念は解消傾向



(注) 1. 上場前の公開価格
2. 大量保有報告書を参考に当社作成

IFRS任意適用 について

IFRS（国際財務報告基準）の任意適用を決定

2029年2月期より、連結財務諸表に IFRS を任意適用することを決議（2026年10月14日 取締役会）

適用開始	適用対象	任意適用の目的
2029年2月期 第1四半期（2028年3月1日～）から	連結財務諸表 個別財務諸表は日本基準を継続	- 財務情報の国際的な比較可能性の向上 - 海外投資家をはじめとするステークホルダーとの対話の円滑化 - グループ経営管理レベルの一層の向上 - 今後の事業展開を見据えたグローバルな経営基盤の強化

IFRS適用のタイミング			
	2027年2月期（当期）	2028年2月期	2029年2月期
連結の開示	日本基準	日本基準	IFRS（2029年2月期第1四半期から開示）
IFRSへの対応		比較期間（IFRSに基づく比較情報）	IFRS適用初年度
業績予想 ⁽¹⁾		決算発表時に2029年2月期予想を公表	IFRSに基づく業績予想
▲ IFRS移行日 (2027年3月1日)			
目指す姿	将来的なプライム市場への移行 ⁽³⁾ も見据え、国際的に比較可能な財務報告とガバナンスの高度化を進め、グローバルな投資家に選ばれる企業を目指します		

(注) 1. 2029年2月期の業績予想は、2028年2月期決算において公表予定であり、IFRSに基づいて作成する予定です
2. 財務諸表全体への影響額は、精査の上、内容が確定次第あらためてお知らせします
3. プライム市場への移行は将来の方向性を示すものであり、時期等を確定したものではありません

IFRS適用による主な変化

会計基準の主な差異と、利益への影響の考え方は以下のとおり

1 のれんの会計処理

日本基準

一定期間で定期的に償却
(年間約2億円)



IFRS

償却せず、毎期の減損テストで評価

(参考) 2Q累計 連結 (百万円)

営業利益

のれん償却額⁽²⁾

のれん償却前営業利益

52

+

100

=

152

のれん償却の有無にかかわらず、実質的な利益動向を開示

2 為替予約の会計処理 (ヘッジ会計)

日本基準

ヘッジ会計を適用せず、為替予約の
時価評価損益を各期の損益に計上



IFRS (今後検討)⁽¹⁾

キャッシュ・フロー・ヘッジの適用を
選択肢の一つとして今後検討
(予定仕入取引をヘッジ対象)

(参考) 仮にキャッシュ・フロー・ヘッジを適用した場合の処理

為替予約の評価損益 (有効部分) は

純資産 (その他の包括利益) に計上



商品を仕入れた時点で

仕入コスト (原価) に反映

為替変動の影響を売上原価により適切に反映でき、売上総利益率の安定化に資する可能性

(注) 1. キャッシュ・フロー・ヘッジは現時点で適用を決定したものではなく、採用の可否及び方針は確定次第お知らせします
2. のれん償却額は2Q累計実績100,769千円 (表示は百万円未満切捨て)
3. 財務諸表全体への影響額は精査の上で公表予定

前四半期からのトピックス

ODM生産

「タオル研究所」×「salut!」初コラボ

株式会社パルの雑貨ブランド「salut!」とオリジナルカラーのタオル・バスマットを共同開発。8/21より全国11店舗・ECで発売



ふわもっちりフェイスタオル 550円／ミニバスタオル 990円
さらっとごきげんバスマット 880円（いずれも税込）

独自技術「織物パイル生地」で特許取得

独自の織構造と製造プロセスにより、ポリエステル100%でも綿のような肌触りと優れた吸水速乾性を実現するパイル生地を開発

特許番号：特許第7919104号
登録日：2026年9月3日
発明の名称：織物パイル生地及びその製造方法

綿のような
肌触り

優れた
吸水速乾性

50回洗濯しても
へたらない高耐久

水平リサイクル
しやすい素材

想定用途：スポーツ中の汗拭き、ジム、登山・海・プールなどのアウトドア、外出先での手拭き

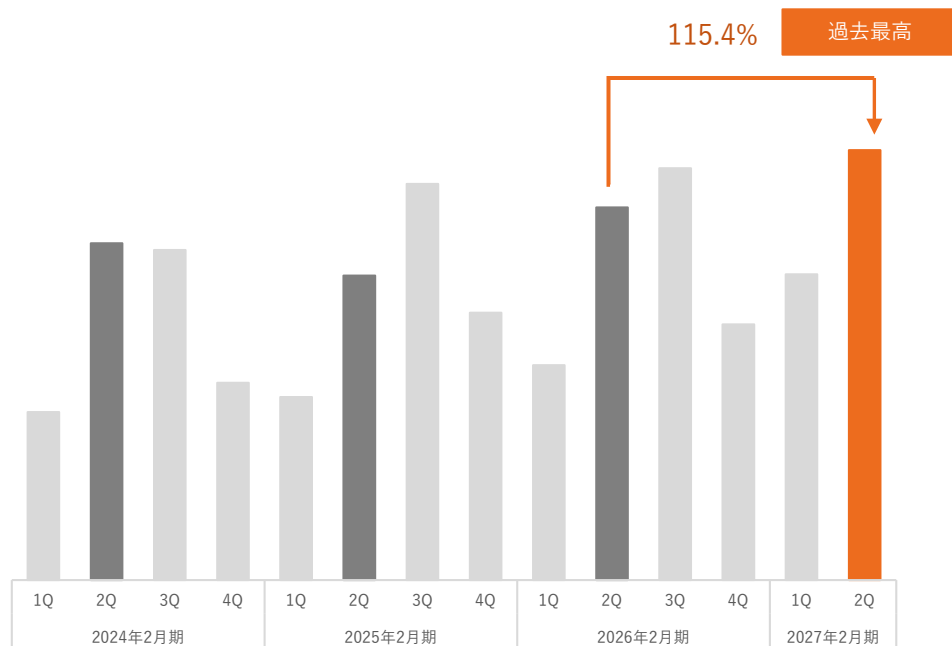
引き合いの状況⁽¹⁾

スポーツ分野を中心に複数の企業から引き合いを受けており、用途開発と事業化を検討

タオル研究所

Amazon.co.jp 売上推移

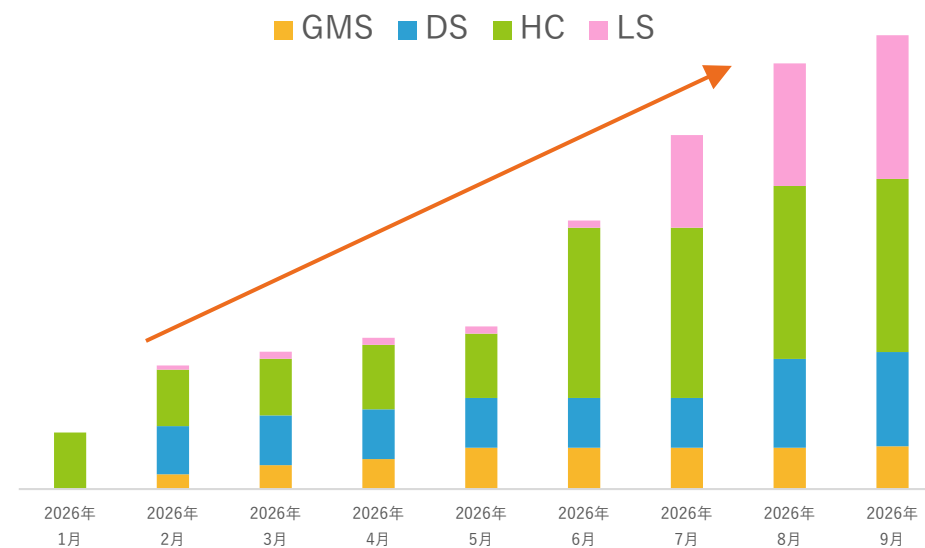
当社からAmazon向けの納品売上のみならず、Amazonでの消費者向け売上も好調



タオル研究所のオンライン販売 進捗状況

展開店舗数 3,000店舗突破

2026年1月1日から展開開始した本施策は、展開店舗をさらに伸ばし、合計3,000店舗を突破



タオル研究所 楽天市場の顧客基盤と成長余地

出店から約1か月で、楽天市場の主要3ジャンルすべてでデイリー上位を獲得し、フェイスタオルでは1位。購入者の約半数を主婦層（30～50代女性）が占め、品揃えの拡充でさらなる成長を目指す

売上金額（2026年8月～9月、税抜）⁽¹⁾

30百万円

うち9月 28百万円

購入者に占める30～50代女性（9月）⁽²⁾

50.7%

主婦層が中心（購入者の64.2%が女性）

客単価（9月）⁽¹⁾

4,533円

1回の購入あたりの金額（税込）

楽天市場ランキング実績（デイリー最高順位）⁽³⁾

フェイスタオル

1位

バスタオル

2位

タオル総合

2位

9月のタオル総合ランキングでは、**30日中27日**でTOP10入り
フェイスタオル・バスタオルでは30日中29日間TOP10入りと、上位に定着

成長余地

1

主婦層への提案強化
家庭で使いやすい商品・セットの提案でリピート購入を促進

2

インフルエンサーの活用
ブロガー・インスタグラマー等を通じ、本来のタオル購買層である女性・主婦層への訴求を強化予定（広告である旨を明示）

3

品揃えの拡充
人気シリーズ・サイズを順次拡大し、客単価を向上

(注) 1. 楽天市場データより当社作成。売上金額は楽天市場データ上の売上金額（税込）を税抜換算した8/20（プレオープン）～9/30の累計（会計上の売上高とは計上基準が異なる）。客単価＝売上金額（税込）÷売上件数

2. 30～50代女性の比率は楽天会員の属性情報（2026年9月の購入者）に基づく

3. 楽天市場デイリーランキング。フェイスタオル1位は2026年9月14日、バスタオル・タオル総合2位は9月30日時点。TOP10入り日数は9月1日～30日公表分を当社集計

タオル研究所 業務用（BtoB）販売の拡大

Amazonビジネス経由の法人向け販売は全体を上回るペースで伸長。業務用（BtoB）需要は大きな伸びしろであり、Amazonビジネスを中心に大口・継続需要を開拓し、今後は楽天市場への展開も検討

狙う業務用需要

ホテル・旅館（観光）
客室・浴場向けの高品質タオル

病院・介護施設（医療）
衛生管理に配慮したタオル

作業現場・工場
まとめ買い（バルク）需要

飲食・美容・スポーツ施設
大量・継続的な購入

主な取り組み

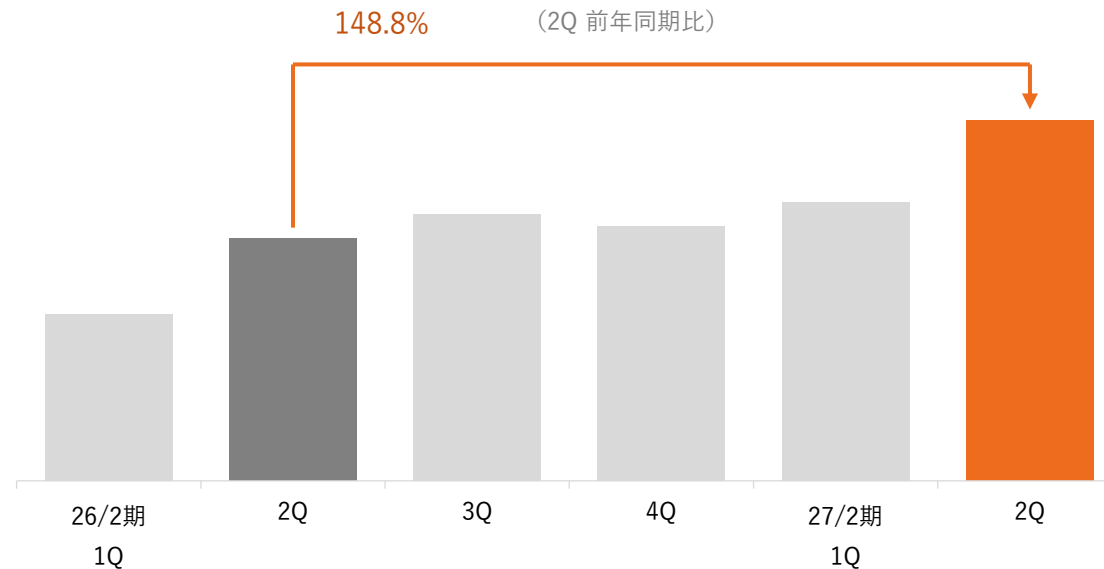
1 業務用商品の拡充
大容量パックなど、まとめ買いに適した業務用商品を展開

2 用途別の商品展開
宿泊・医療・介護など、利用シーンに応じたラインナップを拡充

今後の展開：楽天市場

楽天市場の法人向け「ビジネス割」⁽²⁾（2024年12月開始、対象ショップは順次拡大予定）の活用を含め、展開を検討

足元の動き：Amazonビジネス経由の販売（四半期推移）⁽¹⁾



- ・法人向けはリテールの約2%と規模はまだ小さいが、全体を上回るペースで伸長⁽³⁾
- ・大型セール期以外の平常月に比率が高く、安定した需要

(注) 1. グラフはAmazon.co.jpにおける当社商品のビジネス（法人）向け販売の四半期推移（当社売上ベース、金額は非開示）。前年同期比・リテール比率も同ベース

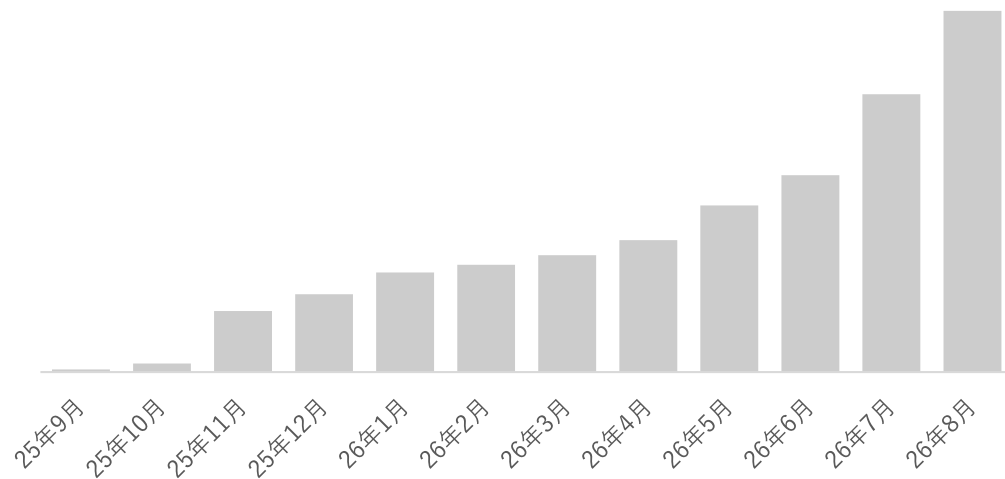
2. 楽天市場「ビジネス割」は楽天グループの公表情報に基づく

3. 足元の動きは同データに基づく当社分析

Towel Laboratory 製品展開を拡大

Towel Laboratoryは「アメリカ建国250周年オリジナルビーチタオル」をはじめ、製品ラインナップを拡充し、売上も徐々に拡大中。

Amazon.com 売上推移

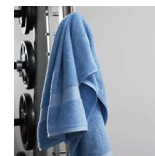


<Towel Laboratory 製品ラインナップ>



Plush Light-Weight Towel

ボリューム感と軽さを両立した、バランスの良いタオル



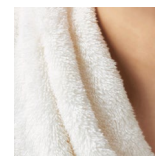
Super Low lint Series

毛羽落ちが少なく耐久性の高いスーパーローリントタオル



Super Softness Series

贅沢なボリュームと柔らかい肌触りのスーパーソフトネスタオル



Long-Pile Plush Series

高級感ある滑らかな生地が肌を包み込む、スーパーロングパイルタオル



Beach Towel

米国で巨大なマーケットであるビーチタオルについてオリジナル商品をAmazon.comと共同開発

■ 米国子会社の体制強化



IZAWA TOWEL INC（米国）の事業拡大に向け、現地で実績のある責任者採用と、当社CFOの現地CFO就任（2026年9月24日）により、予実管理を含む経営管理体制を強化しました

現地採用

責任者を現地採用

IZAWA TOWEL INCの米国での事業拡大に向け、販売強化に関して実績のある責任者を現地で採用

CFO就任

2026年9月24日、当社CFO 三好がIZAWA TOWEL INCのCFOに就任

当社CFOが現地CFOを兼ねることで、月次の予算・実績管理（予実管理）を含む米国子会社の財務・経理体制を強化し、連結決算に対応したグループ管理体制の整備を推進

連結決算への移行との関係

責任者採用など米国での事業規模の拡大を踏まえ、2027年2月期第2四半期より連結の範囲に含めています

CI刷新・コーポレートサイトリニューアル

グローバル展開と企業の100年後を見据えてCIを刷新し、コーポレートサイトをリニューアル（2026年9月25日）

新ロゴ



理念体系

ミッション

すべての人の日常に、心地よいタオルを提供する。

ビジョン

Creating towels that suit local preferences around the world.
ただ日本のスタンダードを世界に輸出するのではなく、
それぞれの地域に最適な新しい価値をもったタオルをつくっていく。

コーポレート メッセージ

One Towel, One Quality

当社の考え方

世界最高を目指すのではなく、地域や一人ひとりの生活に寄り添ったタオルづくりを実践。「タオル研究所」に続く自社ブランド「i-TOWEL」の発売とあわせて、新たなCIのもとでグローバル展開を進める

i-TOWEL

2026年9月25日、「タオル研究所」に続く高粗利の自社プレミアムブランド「i-TOWEL（アイタオル）」を発売



i-TOWEL POP-UP STORE



ブランドの考え方

理念

世界一ではなく、あなたの一番を目指したタオル。コーポレートメッセージ「One Towel, One Quality」を体現

開発

1970年創業以来の研究の集大成。信州大学繊維学部との産学連携により、心地よさを客観的な指標で評価

シンボル

頭文字「i」は最高品質の約束。「私」「愛」の意味を重ね、オリジナルの「タオルフォント」から誕生

ラインナップ（4サイズ×8色）

サイズ	商品名	寸法	仕様	価格
S	フェイスタオル	34×80cm	プレミアム	1,320円
M	ビッグフェイスタオル	40×90cm	プレミアム	1,980円
L	バスタオル	60×120cm	プレミアム	3,080円
X	グローバルバスタオル	70×140cm	プレミアム	3,850円

※価格は税込

販売チャンネル（オンライン／ポップアップストア）

オンライン

Amazon.co.jp／ZOZOTOWN

9/25-9/28

代官山 T-SITE GARDEN GALLERY

10/1-10/31

湘南T-SITE

10/14-10/20

日本橋三越本店 5階

11/3-11/18

有楽町マルイ 1階

CI刷新と新ブランド「i-TOWEL」を発売 (2026/09/25)

グローバル展開を見据えCI刷新とサイトリニューアルを実施。あわせて「タオル研究所」に続く自家用プレミアムタオルブランド「i-TOWEL（アイタオル）」を2026年9月25日より発売いたしました。

独自技術による「織物パイル生地」で特許取得 (2026/09/15)

伊澤タオルは、綿のような肌触りと優れた吸水速乾性・耐久性を実現した「織物パイル生地」の特許を取得。スポーツやアウトドアに向け、リサイクル性にも優れる高機能なポリエステル100%タオルを展開します。

「タオル研究所」がついに楽天市場へ公式出店 (2026/08/24)

Amazonで4年連続売上No.1を誇る伊澤タオルのブランド「タオル研究所」が、2026年8月24日より楽天市場に公式出店。実店舗での認知拡大を受け、主に30～50代女性など新たな顧客層の獲得を図ります。

出展実績

ログミー IR Meet 2026夏 <終了>

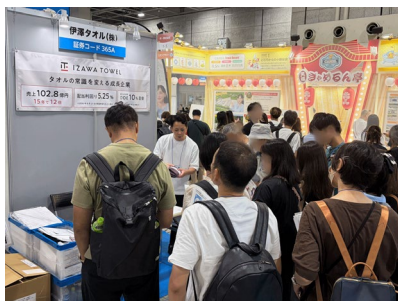
期間：2026年6月20日（土）13:00～19:30

場所：渋谷ストリームホール

第7回 資産運用EXPO【関西】 <終了>

期間：2026年8月28日（金）～ 30日（日）10:00 ～ 17:00

場所：インテックス大阪 6号館



今後の出展スケジュール

ログミー IR Meet 2026 冬

期間：2026年12月13日（日）

場所：渋谷ストリームホール

第1回 IR・株式投資フェス 東京（通称：株フェス）

期間：2027年2月26日（金）～27日（土）

場所：東京ビッグサイト 南展示棟 3ホール

補足資料

会計処理

概要

取引先で実施する（将来の）セール・クーポン費用は、その販売数量に応じて支払い義務が発生し、実質的にリベートと考えられるため、収益認識に関する会計基準に基づき、当該費用を売上高から控除する会計処理を実施しております。

<収益認識基準 抜粋>

63. 顧客に支払われる対価は、企業が顧客（あるいは顧客から企業の財又はサービスを購入する他の当事者）に対して支払う又は支払うと見込まれる現金の額や、顧客が企業（あるいは顧客から企業の財又はサービスを購入する他の当事者）に対する債務額に充当できるもの（例えば、クーポン）の額を含む。顧客に支払われる対価は、顧客から受領する別個の財又はサービスと交換に支払われるものである場合を除き、取引価格から減額する。顧客に支払われる対価に変動対価が含まれる場合には、取引価格の見積りを第50項から第54項に従って行う。

ビッグセール向納品

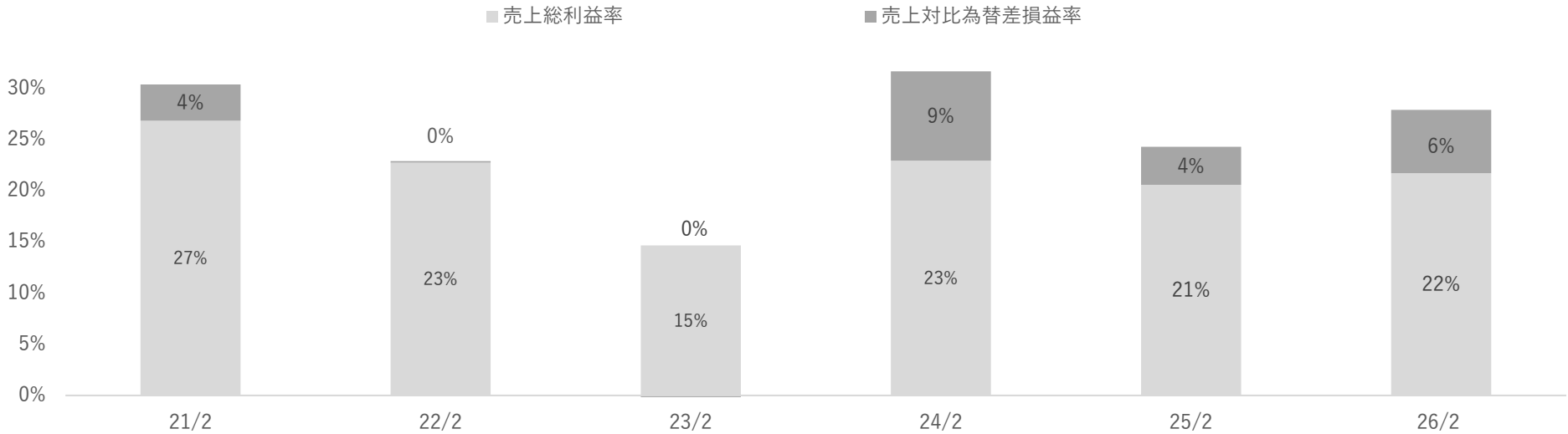
	売上	リベート
2025年2月 期4Q累計	少	少
2026年2月 期4Q累計	大	大

Amazon売上増加に伴う影響

(参考) 為替推移と売上総利益率・為替差損益比率の関係

為替推移と売上総利益率/為替差損益比率の関係⁽¹⁾⁽²⁾

	円高			円安		
期中平均レート	111.38円	110.65円	132.73円	141.92円	152.39円	149.73円
期末レート	106.25円	115.55円	136.33円	150.74円	149.63円	155.77円



シェア獲得優先のため値上げを遅らせたことによる影響

(注) 1. 売上総利益率・為替差損益比率には為替以外の要因（価格改定・商品構成等）も含まれ、為替の影響のみを示すものではありません
2. 22/2期以前は子会社統合前の簡易連結版の数値を利用

補足資料

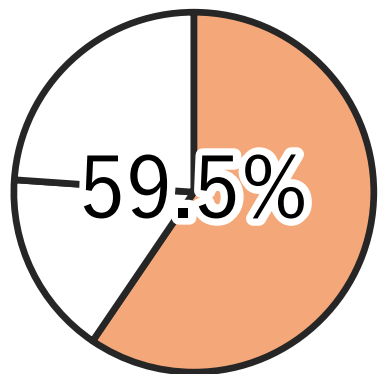
会社概要

■ 会社名	伊澤タオル株式会社
■ 本社	東京都渋谷区恵比寿西1丁目26-6
■ 創業	1970年10月
■ 上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：365A）
■ 代表取締役社長	伊澤 正司
■ 従業員数	70名（2026年8月末時点）
■ 連結子会社	IZAWA TOWEL INC（米国） IZAWA TEXTILE CO.,LIMITED（香港）

当社は、「すべての人の日常に、心地よいタオルを提供する」をミッションに掲げ、消費者目線を第一に、日用品としてのタオルの使い心地にこだわり続けております。小売店やキャラクターIP事業者へのタオル製品の企画・販売、及びECサイト・Amazon内における自社ブランド「タオル研究所」「i-TOWEL（アイタオル）」での販売を軸に、「タオル製品等の企画、製造及び販売」の単一セグメントで事業を展開しているファブレスメーカーです。

■ 販売チャネルについて

ODM生産



日用品として購入しやすい価格のベーシックなタオルから、当社技術を生かした高価格設定のタオルまで、幅広いプロダクトを展開。

コンビニエンスストア

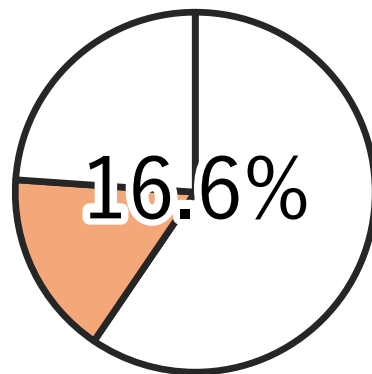
ディスカウントストア

ホームセンター

総合スーパー

ドラッグストア等

キャラクターIP製品



エンターテインメント事業会社向けにキャラクター柄を配したタオル製品や雑貨を供給。

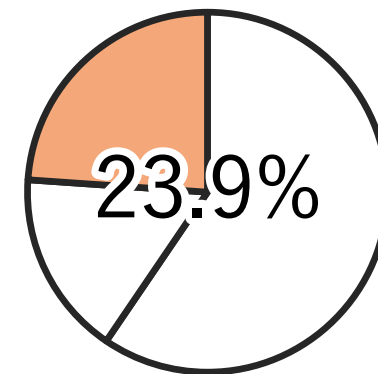


©Disney



©2024SANRIO CO.,LTD
APPROVAL NO.L652651

EC販売（タオル研究所）



ECサイト・Amazonで「タオル研究所」のタオル製品を展開。Amazonによる買い上げモデル（リテール販売）



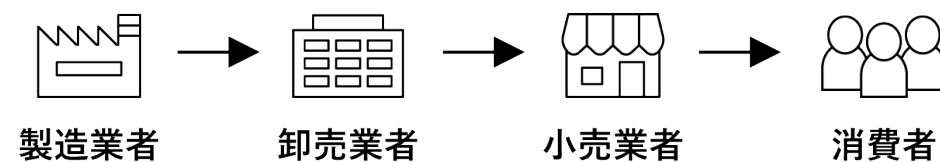
伊澤タオルが担う役割



流通全体をコントロールすることで
消費者に向けてより高付加価値のタオルを届ける

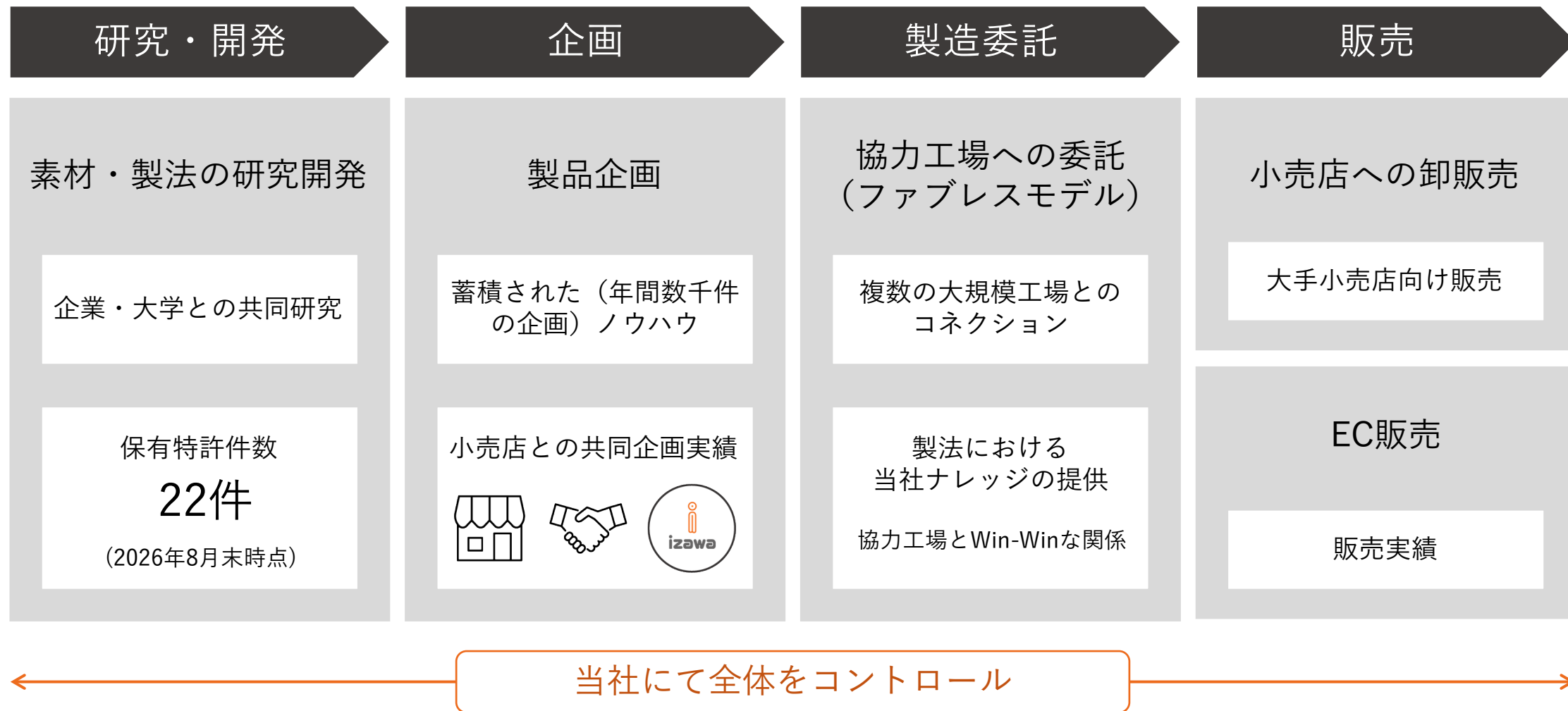
- ・ 自社ノウハウを活用した製造業者へのアドバイス・技術提供
- ・ 消費者ニーズをふまえたタオルの企画や卸・小売への提案

タオル流通のレガシーフロー



それぞれのプレイヤーが縦割りの役割を担い
消費者に向けてタオルを届ける

- ・ 縦割りの弊害として製造ノウハウの蓄積がされにくい構造
- ・ 消費者ニーズが反映されにくく進化(付加価値向上)が起こりにくい現状



■ 専門性と実用性を兼ね備えた独自の研究・開発体制

充実した研究・開発体制

企業・大学との共同研究

大手繊維メーカー：合成繊維を用いた高性能タオル

信州大学：「やわらかさ」の客観評価

ー 上記研究内容の一般社団法人繊維学会での年次発表

福井大学：超臨界技術を活用したタオル製造

ー 伊澤タオルのサステナブルな取り組み
ー 国家プロジェクト「NEDO」への参画

高い技術力により生み出された特許⁽¹⁾

保有特許件数：22件

技術力の高さを構築する要素

研究開発による
データ蓄積



新技術・新素材
の研究開発



原料選定



協力工場との
ノウハウ蓄積



既製品の
研究・分析



製品設計



サステナビリティ
の技術開発



工程設計



特許

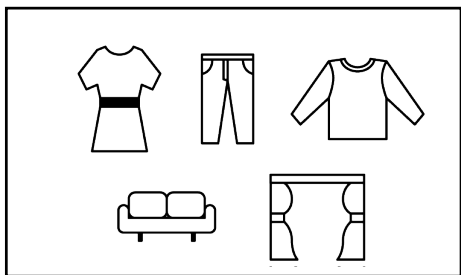


品質・製造両面での
技術力の蓄積



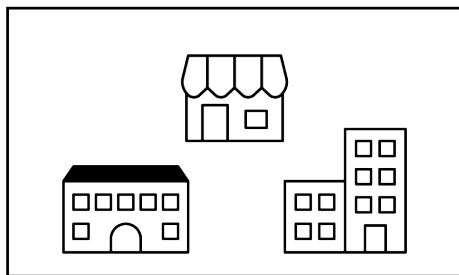
他業界からの進出が難しいタオル業界

繊維系企業

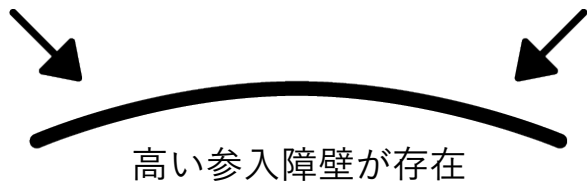


タオルは製造工程が複雑かつ洋服や布製品とは全く異なるため
適正価格での自社製造が難しい

小売業者



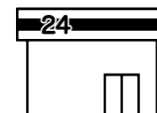
タオルに関する消費者のニーズや製造のノウハウがわからないため
企画・設計・製造委託の完結は難しい



既に小売業界に入り込んでいる伊澤タオル

競合他社に先駆けてコンビニやGMS等が
取り扱うタオルにおいて高いシェアを獲得

↓
大手小売が自ら手掛けるには一定のハードルがある



本資料に掲載されている当社の業績見通し、計画、戦略などは、現時点で入手可能な情報に基づき当社及び当社グループの経営者が判断した、将来の業績に係る見通しであり、リスクや不確実性を含んでいます。また、当社の事業をとりまく、経済情勢、市場の動向等の様々な重要な要素により、実際の業績は、業績予想とは、異なり得ることを予めご承知おきください。

本資料のいかなる情報も、当社の株式の購入や売却等を勧誘するものではありません。

投資に関する決定は利用者ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

本資料に掲載された情報は予告なく変更や掲載を取りやめることがあります。また、通信環境やお客様のコンピュータの状況、その他の理由により本資料を正常に利用できない場合があります。

本資料の内容について、当社は万全を期して掲載しておりますが、掲載された情報に誤りがあった場合や第三者によるデータの改ざん等があった場合、またデータのダウンロード等によって生じた障害及び損害については、当社は一切責任を負うものではありませんのであらかじめご了承ください。