

D2Cで米国市場に参入。現地向けECサイトを立ち上げ

Made in Japan ならではの繊細なはき心地とデザイン性を兼ね備えた靴下を企画・販売するタビオ株式会社（本社：大阪市浪速区、代表取締役社長：越智勝寛、以下タビオ）は、昨日10月17日（火）、22:00（米国・太平洋夏時間 6:00）に米国市場向けの自社ECサイト（URL: <https://tabiousa.com/>）を立ち上げ、米国市場に参入しました。

■今回の取り組みと位置づけ

経営ビジョンに「世界一の靴下総合企業の実現」を掲げるタビオでは、2016年秋、かねてから進出を念願してきた米国市場のリサーチに着手し、各種の検討を重ねてきました。この結果、現在の米国市場にはECによる進出が好ましいとの判断に至り、今回、同市場向けのECサイトを新たに立ち上げ、アプローチを開始したものです。当面はテスト期間として、EC事業の運営は日本でを行います。

タビオ・グループによる海外市場進出は、2002年の英国、2009年のフランスに続くものです。

なお現地ではすでに各種イベントとのコラボレーションや、インフルエンサーによるSNS発信などの各種プロモーションをスタートしています。

■ECサイトの概要

新たに立ち上げる米国市場向けECサイトは、タビオ50年の歴史とクラフトマンシップに裏打ちされたはき心地の良さや、現地の靴下にはないファッション性を表現するため、マーケティング・企画・制作をサンフランシスコのデザインエージェンシーとニューヨークのクリエイターに依頼しました。

取扱商品は、スポーツソックスの“SPORTS”、紳士・婦人のファッション系ソックスの“MEN”“WOMEN”という、大きく3つの商品ラインで構成。

このうち“SPORTS”では、日本市場で評価を得ているランニング用ソックスを、異なるシーン（機能）別に提案します。

一方、ファッション系ソックスについてはライフスタイル別のコレクション提案の形を採り、“MEN”では機能性重視の‘Active’、高質素材でぜひいたくな柔らかさを訴求する‘Luxury’、大胆な色柄が映える‘Play’の3コレクション、“WOMEN”ではき心地を重視した‘Essential’、贅沢な暖かさを追求する‘Cozy’（11月～）、エッジの効いたデザインがポイントの‘Edgy’、華麗さを表現した‘Sparkle’、エレガンスでモダンな色柄で魅せる‘Elegant’の5コレクションで訴求します。

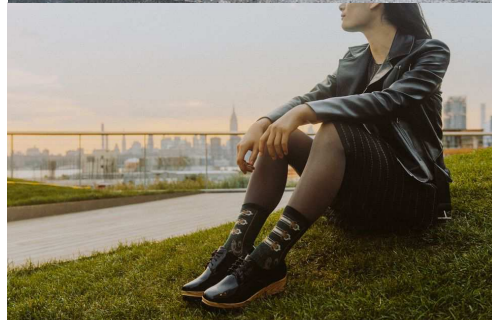
商品はすべて日本製で、中心価格帯は1足20～30ドル。

■タビオ株式会社（東証第二部証券コード：2668）■

タビオ株式会社は1968年に創業し、約50年の歳月の中で「靴下を履いていることを忘れてしまうような『第2の皮膚』」をめざし、追求してまいりました。繊細な履き心地の靴下をつくるために、長年の経験と技術を積んだ日本の職人たちが一つひとつ丁寧に編み立てています。現在では「靴下屋」「Tabio」「Tabio MEN」などの靴下専門店ブランドを日本全国に276店舗（2017年9月末現在）展開し、「Tabio」名の店舗をパリ、ロンドンなどに展開。Made in Japanの履き心地とデザイン性は、ファッションの本場パリでも高い評価を得ています。

事業内容：靴下の企画・卸・小売。直営店（靴下屋・Tabio・Tabio MEN・ショセツ）、FC店（靴下屋）の展開。

URL：<http://www.tabio.com/jp/>



写真・上：SPORTS-Compression
写真・中：MEN-Play
写真・下：WOMEN-Elegant

<本件に関するお問い合わせ先>

（大阪）広報室 平野 満義 TEL 06-6632-1200(代) / FAX 06-6632-1401 hirano@tabio.com

（東京）プレス室 小林 理沙 TEL 03-6419-7676(代) / FAX 03-6419-7661 kobayashi@tabio.com