

# YAMATO INTERNATIONAL INC. 2Q 2022 Fact Sheet

【会社名】 ヤマト インターナショナル株式会社  
 【設立】 1947年6月16日  
 【資本金】 49億17百万円  
 【上場】 東証スタンダード市場 証券コード8127

【代表者】 取締役社長 盤若 智基  
 【本社所在地】  
 <大阪本社> 〒577-0061 大阪府東大阪市森河内西1丁目3番1号  
 <東京本社> 〒143-0006 東京都大田区平和島5丁目1番1号  
 【決算月】 8月

## OVERVIEW

22年8月期は通期での「増収増益」を最大の目標に掲げ、①収益率を高める分野(GMS) ②売上を徹底的に伸ばす分野(EC/CITERA) ③将来の成長基盤を確立する分野(直営)、これら3つの分野に引き続き注力。その結果は4年ぶりに上方修正を行うなど第2四半期終了時点では「増収増益」の目標に対し順調に推移。

店頭は平時に対し売上が9割で推移しても利益が出せる体制の構築に注力。緊急事態宣言、まん延防止等重点措置などの影響がなければ9割に近い水準まで回復。ECは引き続き順調に推移、クロコダイルアプリも27万ダウンロードを超えるなど利用者が拡大し総会員数も50万人を突破、売上+36%増と伸長。

粗利率はコロナ禍で在庫の適正化を優先して行ったことで▲0.1pt悪化した。在庫は▲170百万円削減され前年および計画内で着地。また、純資産は前年同期より微増となっており、強固な財務基盤の回復が引き続き進む。

「ものを創り人を創り お客様と共に心豊かな毎日を創る」という不変のミッションのもと、いつの時代でも どのような環境下でも、お客様の不満や問題を解決し 求められるものを提供し、最初に想起される真のブランド「シン・ブランド創り」に引き続き注力。そしてこれらを背景とした中期ビジョン「Yamato2023」で掲げる3つの分野 ①収益率を高める分野(GMS) ②売上を徹底的に伸ばす分野(EC/CITERA) ③将来の成長基盤を確立する分野(直営)、各分野が目指す指標と活動を連動して実践し3年後のあるべき姿を目指す。

## 連結PL

	<単位 百万円>			
	2021/8/20 (旧基準)	2022/8/20	2022/8/20 (旧基準)	2022/8 (計画)※
売上高	7,408	9,984	7,549	19,430
営業利益	▲66	76	78	100
<売上比>	-	0.8%	1.0%	0.5%
経常利益	82	331	334	380
<売上比>	1.1%	3.3%	4.4%	2.0%
当期純利益	51	263	266	280
<売上比>	0.7%	2.6%	3.5%	1.4%

※2022年3月18日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表しております。

## 配当

	2021/8	2022/8/20	2022/8(計画)
配当	5円 中間10円/期末5円	—	5円

## BS

	<単位 百万円>		
	2021/8 (旧基準)	2022/8/20	2022/8/20 (旧基準)
流動資産	9,068	10,038	10,048
現金及び現金同等物	5,850	6,698	6,698
固定資産	11,945	11,943	11,943
有形固定資産	6,638	6,633	6,633
無形固定資産	19	28	28
資産合計	21,013	21,981	21,991
流動負債	4,084	5,208	5,200
固定負債	980	827	827
負債合計	5,065	6,036	6,028
純資産合計	15,947	15,945	15,962
負債・純資産合計	21,013	21,981	21,991

## 中期ビジョン「Yamato2023」

2020年

2021年

2022年

### コロナ禍 — 2年経過 —

アフターコロナを見据え、新常态(ニューノーマル)の時代へ  
世界的なサプライチェーンの混乱・資源価格高騰・ウクライナ情勢により  
先行き不透明な環境に

「ものを創り 人を創り お客様と共に心豊かな毎日を創る」

「もの創り」とは…… 顧客起点で時代のライフスタイルに相応しい価値を考え  
スタイル重視ものを創る/一つの商品を極める

「人創り(社員)」とは…… 良い服を作るために 社員という人を創る  
=社員一人一人が必要な能力やスキルを習得し成長する

「人創り(お客様)」とは…… お客様が求める価値を知り  
お客様に愛用・信頼され お客様という人を創る

各分野が目指す指標と活動が連動していく段階

「シン・ブランド創り」を目指し 2021年よりスタート

### 中期ビジョン「Yamato2023」

①収益率を高める分野(GMS)

リブランディングしたクロコダイル

レギュラーライン



CROCODILE

サブライン



SWITCH MOTION CROCODILE

CROCODILE CODE

22年春夏  
・新しいスタイリング提案  
・メディアを通じた表現(コミュニケーション)を刷新  
・東京本社内に「平和島Lab」を設置  
「あるべき店舗」に向け様々なテストを実施

22年8月期下期  
・実店舗に新仕器を投入  
入店客・購買客の拡大を目指す実践段階に

店舗あたりの売上と収益率を高めながら規模を維持・拡大

②売上を徹底的に伸ばす分野(EC/CITERA)

「Yamato2023」完了の翌年  
全社売上シェア1割(旧基準)を目指す

会員獲得



付加価値の高い商品の開発



販売在庫の確保



コミュニケーションの一貫性



利便性向上に向け  
アプリリニューアル



自社撮影  
スタジオ環境整備



引き続き徹底した売上伸長を図る

③将来の成長基盤を確立する分野(直営)

目的

潜在顧客の獲得



一つの店で結果を出し  
成功事例を築く



その実現に向け  
テスト・お客様アンケートを繰り返し実施

店としての役割を明確化し  
課題をクリアにすることで  
将来の成長基盤の確立を目指す

2022年8月期目標

## 通期での「増収増益」を目指す

### 生産地

【2022年2Q構成比】 東南アジア:39% 中国:58%

・21年秋冬 → 一時的に中国比率が上昇  
ミャンマーの情勢不安やコロナ禍によるベトナムのロックダウンなどリスク回避の結果

・22年春夏 → 東南アジア比率が回復するものと想定  
カンボジアなど東南アジア他国での生産拠点の開拓が進む

### 配当金

【2022年8月期配当】  
期末5円を予定

### ESGに関する取り組み

SDGsに関心の高い若手社員を中心とした  
「Yamato 未来創造プロジェクト」を始動

環境(E)・社会(S)・ガバナンス(G) それぞれに対する社会の期待や要請に対し  
取り組みを広げ引き続き持続可能な社会の形成に向け活動・貢献