

2018年 8月期

# 決算説明資料

2018.10.12

YAMATO INTERNATIONAL INC.

< 証券コード 8127 >

ファッション業界

目まぐるしく変化する環境



ヤマト インターナショナル

中期成長戦略

——「ハードからソフトへの変革」——

「新しい価値」を「新しいつながり方」で伝え  
「集客の拡大」「利益の拡大」を目指す

2018年8月期

# 決算概要

## 中期成長戦略 「ハードからソフトへの変革」



ヤマト インターナショナルならではの強みを伸ばす

商標権を保有しない事業からの撤退の  
影響を受ける最後の期

# 2018年8月期 決算概要

当期純利益  
**128.2%**

**当期純利益は+128.2%増の4億74百万円と前年を大幅に上回る**

- ▶ 売上高はほぼ当初公表どおり165億40百万円（前年比▲11.6%減）
- ▶ 営業利益・経常利益は当初公表値以上に推移するも、前年実績・修正公表に対しては減益
- ▶ 上方修正した通期計画の未達は、春物MD設計の課題、度重なる異常気象の影響に起因

**営業・経常利益が減少しているにもかかわらず、当期純利益が大幅に増加  
特別損失の計上が無くなり、構造改革が完了した成果**

(連結)	2017年8月期	2018年8月期					
		当初公表	3/23 修正公表	実績	前年比 (増減率)	当初公表比 (増減率)	3/23修正公表比 (増減率)
売上高	18,704	16,600	16,800	16,540	▲11.6%	▲0.4%	▲1.5%
営業利益	756	600	850	648	▲14.3%	8.0%	▲23.8%
<売上比>	4.0%	3.6%	5.1%	3.9%	▲0.1pt	0.3pt	▲1.2pt
経常利益	817	640	900	754	▲7.7%	17.8%	▲16.2%
<売上比>	4.4%	3.9%	5.4%	4.6%	0.2pt	0.7pt	▲0.8pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	207	350	560	474	128.2%	35.4%	▲15.4%
<売上比>	1.1%	2.1%	3.3%	2.9%	1.8pt	0.8pt	▲0.4pt

<単位 百万円>

# 2018年8月期 決算概要【売上・既存店・EC】

## 売上・既存店



- ▶ 商標権を保有しない事業からの計画的な撤退が減収要因
- ▶ **クロコダイルグループ+2%の増収**
- ▶ 既存店は全社ベースで+1%だが、好調に推移した上期+4%に対して下期▲3%と苦戦

	全社	GMS				直営店
		クロコダイル メンズ	クロコダイル レディス	スイッチ モーション	小計	
売上 (前比)	▲11.6%	+1%	+1%	▲1%	+1%	▲61%
既存店 (前比)	+1%	+1%	▲1%	0%	0%	+3%

## EC



- ▶ エーグルの終了により、EC全体で前年比 ▲15%
- ▶ 効果的なデジタル×アナログマーケティングによりプレミアムエイジ層の会員増
- ▶ **クロコダイルは前年比 +33%と高い伸び率を継続**

# 2018年8月期 決算概要【粗利】

## 粗利率

- ▶ 「シーズン前半」「プロパー販売」に注力
- ▶ 4月以降の苦戦により期末での在庫の適正化を実施

▲0.1 pt

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
46.9%	46.8%	▲0.1 pt

# 2018年8月期 決算概要【販管費】

## 販管費

▲9.3億円

- ▶ 新たな商標権取得に加え、「集客の拡大」「利益の拡大」を実現する投資戦略に基づき、積極的な投資を行いながらも前年比▲9億3千万円削減
- ▶ 構造改革の成果と優位性を生む投資軸の転換が順調にシフト

### ワークスタイル変革

無駄な  
作業・コスト  
削減

※すべて2016年度対比

光熱費



▲35%

物流コスト



▲32%

電話通話料



▲36%

コピー用紙コスト



▲53%

(連結)	2017年8月期		2018年8月期		前年比 (増減額)
	実績	売上比	実績	売上比	
販売管理費	8,016	42.9%	7,085	42.8%	▲931
人件費	5,180	27.7%	4,871	29.5%	▲309
支払手数料	310	1.7%	164	1.0%	▲146
賃借料	382	2.0%	158	1.0%	▲224
減価償却費	223	1.2%	209	1.3%	▲14
その他経費	1,921	10.3%	1,683	10.0%	▲238

<単位 百万円>

# 2018年8月期 決算概要【在庫】

## 在庫



4億円

- ▶ 期末で前年より+4億2百万円の増加
- ▶ 「シーズン前半」「プロパー販売」の達成に向け、秋物・定番商品を先行して引き取り早期展開
- ▶ 4月以降苦戦、一部積み残した春夏在庫については消化促進を図る

前年実績(単体)	当年実績(単体)	前年比(増減額)
1,588	1,991 (約8回転)	+402

<単位 百万円>

# 2018年8月期 決算概要【出退店状況】

---

## 出退店実績

---

925店舗

<直営 12店舗 コーナー 913店舗>

純増数（前年期末比）

+35店舗

<直営 +1店舗 コーナー +34店舗>

# 2018年8月期 決算概要【出退店状況】ブランド別

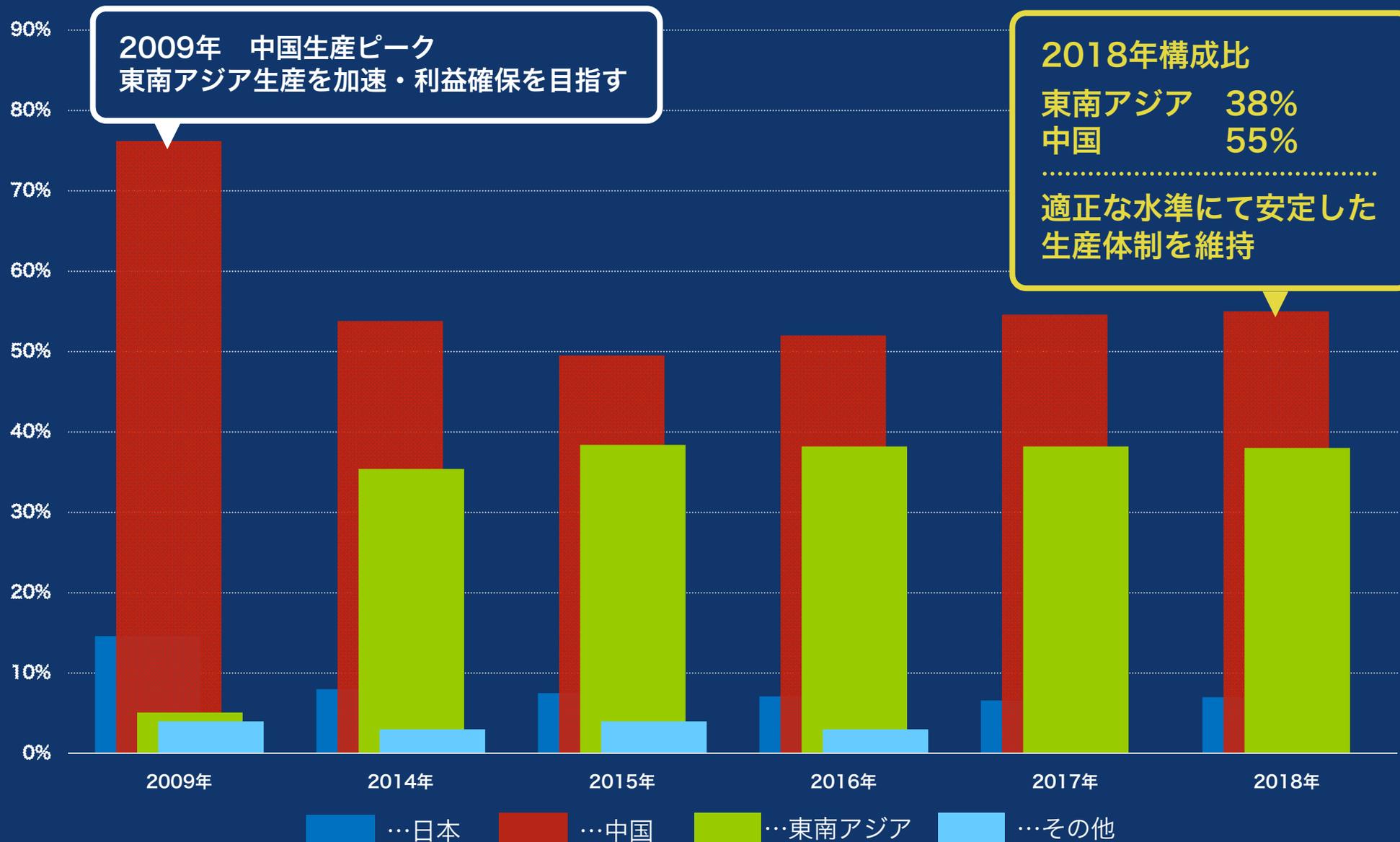
## ブランド別 店舗数 <2018年 8月末>

	前年実績 (2017年8月期末)	直営 プロパー	直営 アウトレット	コーナー	当年実績	前年期末比
クロコダイルメンズ	444	—	—	457	457	+13
Relax	238	—	—	263	263	+25
Sports	68	—	—	90	90	+22
クロコダイルレディス	349	—	—	371	371	+22
Relax	136	—	—	173	173	+37
Chic	38	—	—	59	59	+21
スイッチモーション	86	—	—	84	84	▲2
クロコダイル直営店	11	4	8	—	12	+1
Penfield	—	—	—	1	1	+1
計	890	4	8	913	925	+35

※Relax Sports Chicはレギュラーコーナーを拡張、店舗数に含まず

# 2018年8月期 決算概要【生産地】

## 生産拠点 国別構成比（金額ベース）



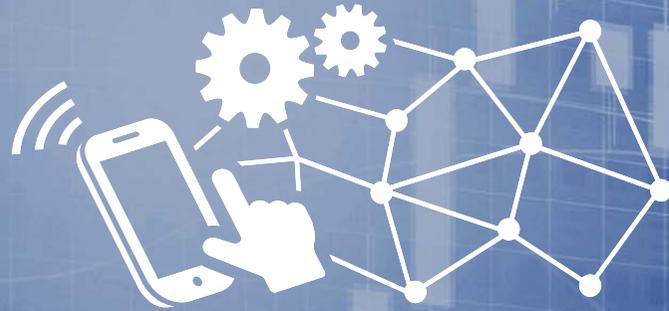
# 2018年8月期 決算概要【貸借対照表】

- ▶ 中期構造改革によって大幅に圧縮されたバランスシート
- ▶ バランスシートは引き続き強靱・ROEの向上にも寄与
- ▶ 現預金＋有価証券は前年期末の96億52百万円から 72億24百万円と減少

	2017年8月期	2018年8月期			
	期末	期末	構成比	前年期末比増減	前年期末比増減率(%)
流動資産	13,439	11,148	47.4%	▲2,291	▲17.1%
現預金＋有価証券	9,652	7,224	30.7%	▲2,427	▲25.1%
現金及び預金	5,922	4,468	19.0%	▲1,453	▲24.5%
有価証券	3,729	2,756	11.7%	▲973	▲26.1%
売掛金等	1,581	1,594	6.8%	12	0.8%
たな卸資産	1,789	1,991	8.5%	202	11.3%
その他	416	337	1.4%	▲78	▲18.9%
固定資産	10,329	12,356	52.6%	2,026	19.6%
有形固定資産	6,778	6,707	28.5%	▲70	▲1.0%
無形固定資産	570	592	2.5%	22	3.9%
投資その他の資産	2,981	5,055	21.5%	2,074	69.6%
資産合計	23,769	23,504	100.0%	▲264	▲1.1%
流動負債	5,741	4,772	20.3%	▲969	▲16.9%
固定負債	496	1,131	4.8%	634	127.9%
負債合計	6,238	5,903	25.1%	▲334	▲5.4%
純資産合計	17,530	17,600	74.9%	69	0.4%
負債・純資産合計	23,769	23,504	100.0%	▲264	▲1.1%

2019年8月期

# 中期成長戦略／通期計画



デジタル化による  
新しいテクノロジーによる  
潮目の変化

構造改革

中期成長戦略

「ハードからソフトへの変革」

¥ 先行投資

「新しいつながり方」

「集客の拡大」

## ワークスタイル変革

フリーアドレス化

リモートワーク

ペーパーレス化



社内においても「新しいつながり方」が実現  
戦略実行に求められる環境に



## プレミアムエイジ層 30万人会員化

スマホ/SNS  
デジタル化

新聞広告/カタログ  
テレコマース

前年 期末比較	会員数 +48%	EC売上 +33%	スマホ構成比 38%⇒43%
------------	-------------	--------------	-------------------



## 集客の拡大



## サブライン店舗等による顧客獲得

Relax

直営店

crocodile  
sports

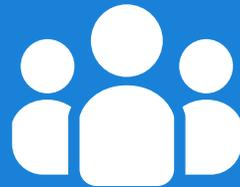
ChiC CROCODILE

## ライセンスビジネス



全てのチャネル・コミュニケーションにおいて  
「新しいつながり方」で提供

## 集客の拡大



タッチポイント  
の拡大

フリクションレスな  
サービスの提供

WEB  
マーケティング

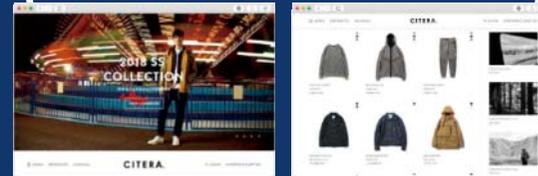


ECサービス  
新サービス



WOVN.io

UI UXの  
リニューアル



POP-UP  
フェスイベント



「新しいつながり方」で伝えるための積極的な投資



テクノロジー・デジタル化がもたらす  
イノベーション



企業と消費者の関係に劇的な変化

【2000年代】  
ECプラットフォーム台頭

個人が自分自身で逸品をセレクトし、  
自らの意思で決定・購買できる時代に

誰でも  
簡単・瞬時に  
比較購買できる  
世の中に



## お客様の購買理由



商品そのものに魅力を感じるから  
(付加価値・提供価値が重要)



商品 **差別性・独自性**

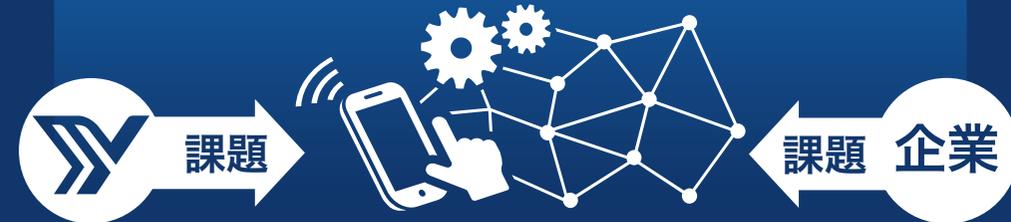
「新しい価値」

$$\left( \begin{array}{c} \text{提供価値} \\ 123\dots \end{array} \right) \times \left( \begin{array}{c} \text{提供手法} \\ 123\dots \end{array} \right) = \infty$$

## 提供手法



「新しいつながり方」が駆使された  
付加価値が伝わる素晴らしい購買体験



チャンネル・サービス

「新しいつながり方」

$$\left( \begin{array}{c} \text{提供価値} \\ 0 \end{array} \right) \times \left( \begin{array}{c} \text{提供手法} \\ 123\dots \end{array} \right) = 0$$

—— 中期成長戦略 ——

商品・ブランドの強みや付加価値を構築

||

「新しい価値」を継続的に創造

「新しいつながり方」

「集客の拡大」

「利益の拡大」



定番商品



長年愛用・リピートされるブランドの顔

プレミアム エイジ層 趣味嗜好⇒利用シーン



【旅行】



【健康】



【運動】



リピーター  
新しい発見

差別性や独自性を兼ね備えた

「新しい価値」

を継続的に創造



新規顧客  
の獲得

価値創造のレベルアップを図る

ブランドの立ち上げより2年経過

WEBマーケティング  
イベントにより  
認知度向上



2019年 通期計画

海外セレクトショップで取り扱い

商品の絞込み

「新しい価値」の  
強みや付加価値を構築

グローバルに通用する商品

都市内・都市間を活動的に移動する  
都市生活者に向けた  
より快適でスマートな

「アクティブ・トランスファー・ウェア」



差別化されたブランディングの確立に注力

## リブランディング/ブランドの立ち上げより1年経過

### セレクトショップ



### フェスイベント



### レガシーを活かした商品開発



SHOP

2018年8月末  
都内一号店  
オープン

春にも  
二号店  
オープン

Penfieldならではの商品(提供価値)を開発  
アウトドアを愛する都市生活者へ提供



19年春夏よりライセンスパートナーによる  
セレクトショップでの展開  
ブランドの価値向上と事業の拡大を目指す

# 2019年・通期計画

( 連結 )	2019年8月期					
	通期計画	前年比 (増減率)	上期計画	前年比 (増減率)	下期計画	前年比 (増減率)
売上高	16,800	1.6%	8,800	±0.0%	8,000	3.4%
営業利益	700	8.0%	510	▲15.0%	190	295.9%
<売上比>	4.2%	0.3pt	5.8%	▲1.0pt	2.4%	1.8pt
経常利益	760	0.8%	540	▲14.0%	220	74.5%
<売上比>	4.5%	▲0.1pt	6.1%	▲1.0pt	2.8%	1.2pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	480	1.2%	340	▲15.2%	140	90.3%
<売上比>	2.9%	±0pt	3.9%	▲0.7pt	1.8%	0.8pt

<単位 百万円>

## 引き続き基幹事業や新規事業に先行投資

# 2019年8月期 通期計画【出退店・既存店】

---

## 出退店計画

---

939店舗

<直営 15店舗 コーナー 924 店舗>

純増数（前年比）

+14店舗

<直営+3 店舗 コーナー +11 店舗>

## 既存店計画

---

±0%計画

前年フラットを計画

# 2019年・通期計画【自己株式取得】

---

## 自己株式の取得

---

**2018年8月期  
累計30万5,000株の自己株式を取得**

**2017年8月期～2018年8月期  
併せて73万6,000株を取得**

- ▶ 2015年10月上限70万株の自己株式の取得を計画
- ▶ 2017年8月期 43万1,000株を取得
- ▶ 2018年8月期 30万5,000株を取得

引き続き、株主の皆様への適切な株主還元策について検討

# 2019年・通期計画【配当金】

2018年3月23日に配当予想の上方修正を発表

〈基本方針〉 12円/年以上を前提 配当性向70%以上の安定配当

2018年8月期配当

19円/年(中間6円・期末13円)  
大幅な増配(期末+7円)を予定

12年振りの大幅な増配

+7円

10年振りの高い配当水準

19円/年

2019年8月期配当

17円/年(中間6円・期末11円)を予定

※2018年10月12日「配当政策の基本方針の変更に関するお知らせ」を公表

# 中期成長戦略

## 「ハードからソフトへの変革」

本資料には将来の業績に関する予測が含まれておりますが、経済状況や経営環境の変化等に応じて実際の成果や業績と異なる可能性があります。

こうした記述は将来の業績を保証するものではなく、不確実性を内包するものがありますことにご留意下さい。