

2019年 8月期

決算説明資料

2019.10.11

YAMATO INTERNATIONAL INC.

< 証券コード 8127 >

中期成長戦略
「ハードからソフトへの変革」

付加価値の高い商品の開発

提供価値をすべての活動において最大化



顧客起点の発想



実現する為の戦略

2019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」

ブランディング型ビジネスの確立

顧客起点

商品・ブランドの強みや付加価値を構築



CITERA®



BOLT



「新しい価値」

×

「新しいつながり方」

継続的に創造

「集客の拡大」
「利益の拡大」

① 事業戦略

② 投資戦略

③ ワークスタイル変革

ヤマト インターナショナルならではの強みを伸ばす

2019年8月期 決算概要

当期純利益
11.6%

当期純利益は+11.6%増の5億29百万円と順調に前年および計画値を上回る

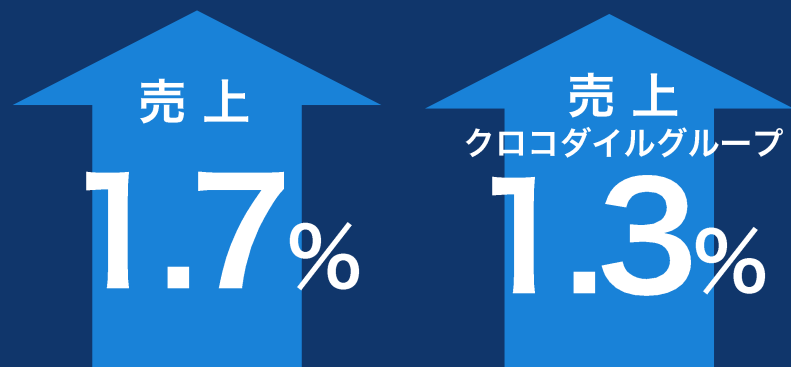
- ▶ 売上高はほぼ当初計画どおり。前年比 +1.7%増
- ▶ 営業利益・経常利益は前年実績計画に届かず
- ▶ 上期は順調に計画を達成したものの、下期は長引く雨や梅雨寒といった気象条件も影響し、当初の想定以上に厳しい半年

固定資産の減損による特別損失がありながらも、連結子会社の譲渡に伴う特別利益等も寄与 / MD設計・在庫・粗利率等の課題を残す

(連結)	2018年8月期	2019年8月期			
		計画	実績	前年比 (増減率)	計画比 (増減率)
売上高	16,540	16,800	16,818	1.7%	0.1%
営業利益	648	700	582	▲10.1%	▲16.8%
<売上比>	3.9%	4.2%	3.5%	▲0.4pt	▲0.7pt
経常利益	754	760	669	▲11.2%	▲11.9%
<売上比>	4.6%	4.5%	4.0%	▲0.6pt	▲0.5pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	474	480	529	11.6%	10.3%
<売上比>	2.9%	2.9%	3.1%	0.2pt	0.2pt

<単位 百万円>

2019年8月期 決算概要【売上・既存店】

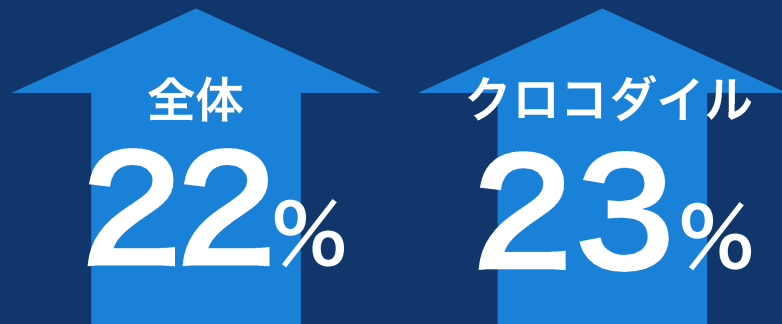


▶ クロコダイルグループ+1.3%の増収

▶ 既存店は全社ベースで ▲1%減

	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)	+1.7%	▲1%	+3%	+2%	±0%	+6%
既存店 (前比)	▲1%	▲2%	±0%	+3%	▲1%	▲1%

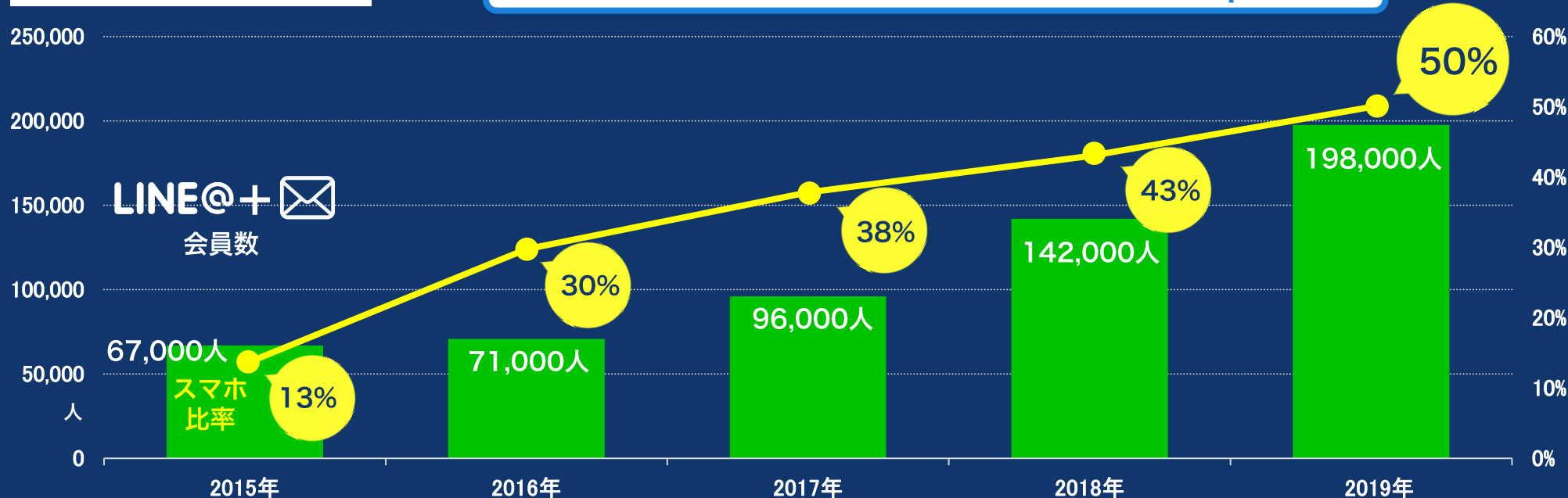
2019年8月期 決算概要【EC】



- ▶ プレミア エイジ層の会員が約20万人の大台に達したクロコダイルにおいて売上は+23%増と引き続き伸長
<上期+15%増 下期+30%増>
- ▶ スマートフォン構成比も前年より更に+7pt伸長し50%に

LINE@+メルマガ会員数推移

前年比較	会員数	EC売上	スマホ構成比
	+39%	+23%	50% < +7pt増加 >



2019年8月期 決算概要【粗利】

粗利率

▲ 1.4pt



- ▶ 冷夏の影響を受けた19年夏と 前年に積み残した18年夏の旧品在庫の消化促進により、 ▲1.4pt減
- ▶ 「シーズン前半」「プロパー販売」に注力

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
46.8%	45.4%	▲1.4pt

2019年8月期 決算概要【販管費】

▲27百万円

- ▶ 「新しいつながり方」への先行投資を積極的に行いながらも前年内に収まる
- ▶ 「ワークスタイル変革」による無駄な作業やコストが恒常的に削減
- ▶ 優位性を生む投資軸の転換が引き続き順調にシフト

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

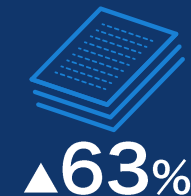
光熱費



物流コスト



コピー用紙コスト



(連結)	2018年8月期		2019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	7,085	42.8%	7,058	42.0%	-27
人件費	4,871	29.5%	4,889	29.1%	18
支払手数料	164	1.0%	159	0.9%	-5
賃借料	158	1.0%	175	1.0%	17
減価償却費	209	1.3%	177	1.1%	-32
その他経費	1,683	10.0%	1,658	9.9%	-25

<単位 百万円>

2019年8月期 決算概要【在庫】



69百万円

- ▶ 定番商品の在庫充足率向上や新規事業の出店等もあり
+69百万円の増加
- ▶ 当年度・シーズン内での適正消化を目指し
商品そのものの付加価値や強みの構築に引き続き注力

前年実績(単体)	当年実績(単体)	前年比(増減額)
1,991	2,060 (約8回転)	+69

<単位 百万円>

2019年8月期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

938店舗

<直営 15店舗 コーナー 923店舗>

純増数 (前年期末比)

+13店舗

<直営 +3店舗 コーナー +10店舗>

2019年8月期 決算概要【出退店状況】ブランド別

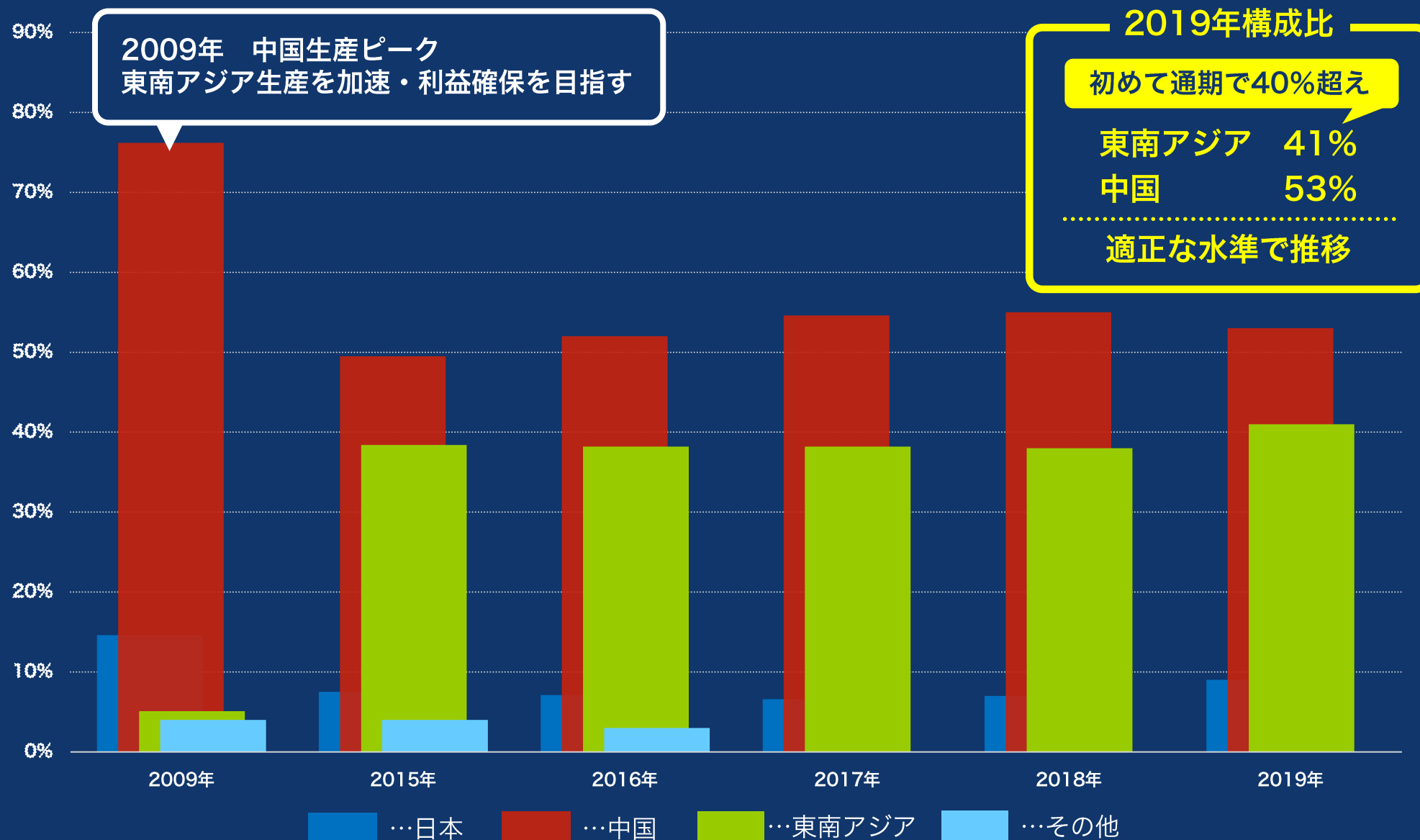
ブランド別 店舗数 <2019年 8月末>

	前年実績 (2018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	457	—	—	456	456	▲1
Relax	263	—	—	268	268	+5
Sports	90	—	—	111	111	+21
クロコダイルレディス	371	—	—	378	378	+7
Relax	173	—	—	184	184	+11
Chic	59	—	—	76	76	+17
スイッチモーション	84	—	—	88	88	+4
クロコダイル直営店	12	6	8	—	14	+2
Penfield	1	1	—	1	2	+1
計	925	7	8	923	938	+13

※Relax Sports Chicはレギュラーコーナーを拡張、店舗数に含まず 12

2019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）



2019年8月期 決算概要【貸借対照表】

- ▶ 純資産が前年期末の 176億円から 173億 49百万円と微減
- ▶ 構造改革により大幅に圧縮されたバランスシートは、今後のROE の向上にも寄与

	2018年8月期	2019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	11,028	11,345	48.5%	317	102.9%
現預金+有価証券	7,224	7,525	32.2%	301	104.2%
現金及び預金	4,468	4,768	20.4%	300	106.7%
有価証券	2,756	2,756	11.8%	0	100%
売掛金等	1,594	1,603	6.9%	9	100.6%
たな卸資産	1,991	2,059	8.8%	68	103.4%
その他	217	156	0.7%	▲61	71.9%
固定資産	12,539	12,049	51.5%	▲310	97.5%
有形固定資産	6,707	6,772	28.9%	65	101%
無形固定資産	592	111	0.5%	▲481	18.8%
投資その他の資産	5,059	5,165	22.1%	106	102.1%
資産合計	23,387	23,394	100.0%	7	100%
流動負債	4,772	5,025	21.5%	253	105.3%
固定負債	1,014	1,019	4.4%	5	100.5%
負債合計	5,786	6,045	25.8%	259	104.5%
純資産合計	17,600	17,349	74.2%	▲251	98.6%
負債・純資産合計	23,387	23,394	100.0%	7	100%

※「税効果会計に係る会計基準」の一部改正（企業会計基準第28号 2018年2月16日）等を2019年8月期の期首から適用しており
2018年8月期に係る数値については、当該会計基準を遡って適用した後の数値となっております

<単位 百万円> 14

2020年8月期

中期成長戦略／通期計画

中期成長戦略「ハードからソフトへの変革」



顧客起点

「新しい価値」を継続的に創造できる企業



既顧客

満足度向上につながる価値

既顧客の再活性



潜在顧客

興味を持ち共感できる価値

潜在顧客の獲得



crocodile Men's / Ladies / Switch Motion
Regular <レギュラーライン>



Switch Motion

CROCODILE

crocodile sports / Chic
Sub <サブライン>



それぞれの **ミッション・ブランドコンセプト・ポジションや構成** を明確化

「プレミアム エイジ層」が求め購買につながる

提供価値の強みや付加価値の構築を戦略的に推し進めていく



crocodile Men's / Ladies / Switch Motion Regular<レギュラーライン>



- ▶ 定番商品の進化
- ▶ <デザイン・シーズン物>
マーケットで売れている商品
/受け入れられている商品の
情報の取得



「現在のプレミア エイジ層」

既顧客の満足度向上

マンネリ化しない
「新しい価値」の開発

crocodile sports / Chic Sub <サブライン>



- ▶ ミッションと提供価値を
更に進化させ、レギュラー
ラインを補完
- ▶ 差別性 独自性ある提供
価値の開発



GMSにおける潜在顧客

認知度の向上

GMSにおける
潜在顧客の獲得

郊外SCで展開 直営店



これからの
「プレミア エイジ層」 予備軍

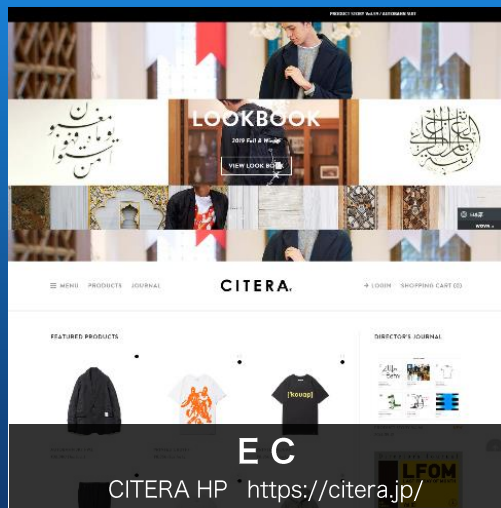
求められる価値を知り、理解

更に大きな市場における
潜在顧客の獲得



顧客起点の発想

独自の付加価値を加え開発された
ジャケット・パンツが完売
ブランドの顔となる商品
||
「新しい価値」
更なる強みや付加価値の構築を強化

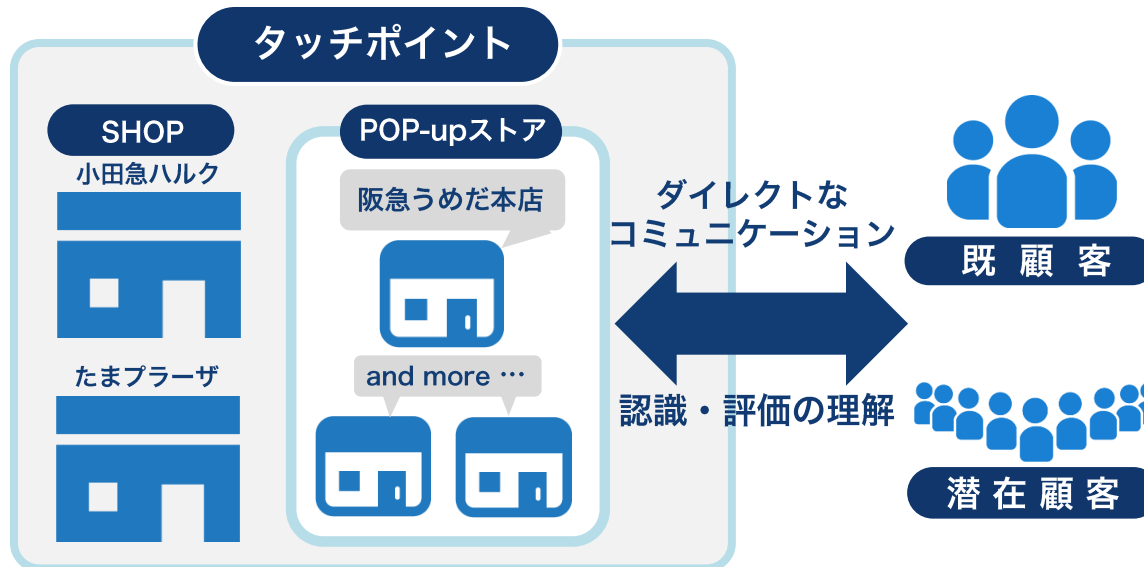


「アクティブ・トランスファー・ウェア」の開発と提供を継続
ブランドや商品の付加価値を伝え、ブランディングの確立

キャンプ
フェス
日々の生活



実用性・機能性を兼ね備えた商品の開発



既顧客・潜在顧客に求められる価値を知る

Penfieldのミッションを進化

コアターゲットと提供価値のフォーカスを絞る

投資効率を上げ ブランドや商品の強みや付加価値の構築
潜在顧客獲得のスピードを上げていく

顧客起点



19年春夏～
展開スタート！

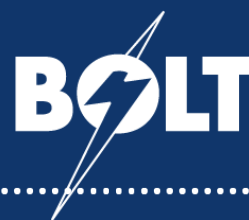
LIGHTNING BOLT

BLACK LABEL

「RHC Ron Herman」 限定展開



ライセンス事業



新たなライセンスパートナー提携
ライセンス カテゴリー増

ブランドの認知度と価値向上に集中して活動

事業の拡大を目指す

ワークスタイル変革



ロジスティック改革

自動ソーターが 2019年9月より本格稼働

提供価値の最大化
に向けた入出荷業務
の効率化



約900店舗への
スピーディな商品供給



販売効率の向上

2020年・通期計画

(連結)	2020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	17,100	1.7%	9,000	0.5%	8,100	3.0%
営業利益	600	3.0%	400	▲24.6%	200	283.6%
<売上比>	3.5%	0pt	4.4%	▲1.5pt	2.5%	1.8pt
経常利益	670	0.1%	430	▲24.8%	240	144.9%
<売上比>	3.9%	▲0.1pt	4.8%	▲1.6pt	3.0%	1.8pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	420	▲20.7%	270	▲25.6%	150	▲10.0%
<売上比>	2.5%	▲0.6pt	3.0%	▲1.1%	1.9%	▲0.2pt

<単位 百万円>

引き続き基幹事業や新規事業に先行投資

2020年8月期 通期計画【出退店・既存店】

出退店計画

939店舗
＜直営 16店舗 コーナー 923 店舗＞

純増数（前年比）
+1店舗
＜直営+1店舗 コーナー ±0店舗＞

既存店計画

±0%計画

前年フラットを計画

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

2020年8月期配当

**14.5円／年(中間6円・期末8.5円)
を予定**

〈基本方針〉12円／年以上を前提 配当性向70%以上の安定配当

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。