

2022年 8月期 第2四半期

決算説明資料

2022.4.8

YAMATO INTERNATIONAL INC.

＜東証スタンダード市場 8127＞

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

一方で……

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

 **yamato** 不変のミッション
INTERNATIONAL

「ものを創り 人を創り お客様と共に心豊かな毎日を創る」

中期ビジョン「Yamato2023」を推進
真のブランド創りを目指し活動

2022年8月期 第2四半期

決算概要

※第1四半期連結会計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」
（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用しています。

※資料に記載の【旧基準比較】は「収益認識に関する会計基準」等適用前の数値を記載しています。

※資料に記載の（前年比）は、前年第2四半期対比を表しています。

22年8月期目標 → 通期「増収増益」

- 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）

3つの分野に引き続き注力
利益重視の経営・将来性のある事業への投資と育成を
推進する体制を整える

22年8月期以降の再成長を目指す

2022年8月期 第2四半期 決算概要



▶ 売上高	99億 84百万円
▶ 営業利益	76百万円
▶ 経常利益	3億31百万円
▶ 四半期純利益	2億63百万円

2018年8月期以来4年ぶりに上方修正

感染拡大第5波・オミクロン株による第6波と長引くコロナの影響を受けたものの
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

(連結)	2021年8月期	2022年8月期			
	2Q累計実績 (旧基準)	3/18修正公表	2Q累計実績	2Q累計実績 (旧基準)	【旧基準比較】 前年比 (増減率)
売上高	7,408	9,980	9,984	7,549	1.9%
営業利益	▲66	70	76	78	-
<売上比>	-	0.7%	0.8%	1.0%	-
経常利益	82	320	331	334	305.7%
<売上比>	1.1%	3.2%	3.3%	4.4%	3.3pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	51	250	263	266	417.9%
<売上比>	0.7%	2.5%	2.6%	3.5%	2.8pt

※2022年3月18日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表

<単位 百万円>

2022年8月期 第2四半期 決算概要【売上・既存店】

【旧基準比較】
売上
1.9%

既存店
6%

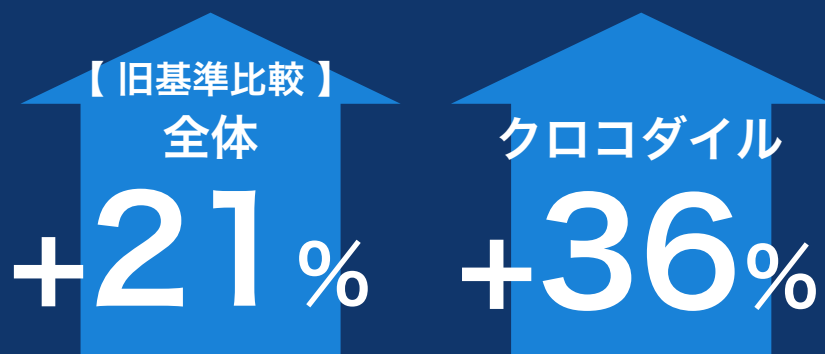
- ▶ 売上高1.9%の増収
- ▶ クロコダイルグループ3%の増収
- ▶ 既存店全社ベースで6%の増収

【旧基準比較】

	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 クロコダイル	小計	
売上 (前年比)	+1.9%	±0%	+4%	±0%	+2%	+5%
既存店 (前年比)	+6%	+3%	+8%	+14%	+6%	+14%

※当年実績を旧基準に置き換え算出

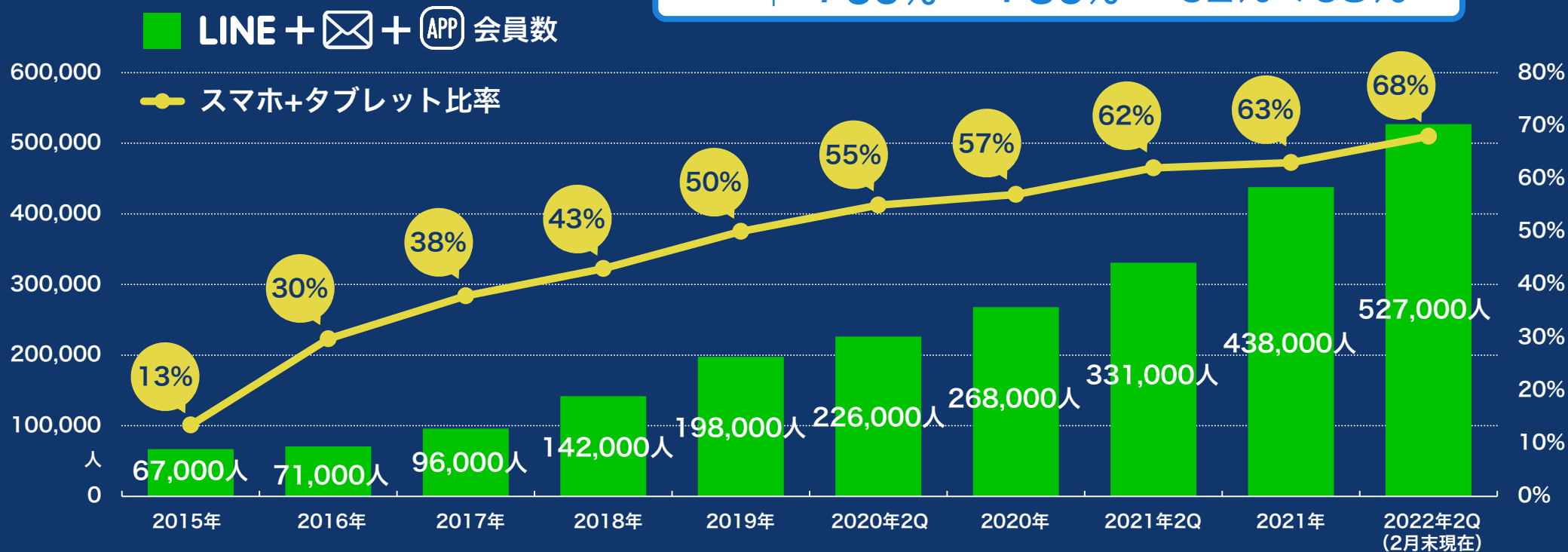
2022年8月期 第2四半期 決算概要【EC】



- ▶ コロナ禍により拡大したEコマースの購買も一巡し市場の傾向はEコマースの伸び率が鈍化しつつある中当社は引き続き順調に伸長
- ▶ 効果的なデジタル×アナログマーケティング
- ▶ クロコダイルアプリは27万ダウンロードを超え利用者拡大
- ▶ 総会員数50万人を突破
- ▶ クロコダイル売上は前年比 +36%増と伸長

LINE+メルマガ+アプリ 会員数推移

前年2Q比較 | 会員数 +59% | EC売上 +36% | スマホ+タブレット構成比 62%⇒68%



2022年8月期 第2四半期 決算概要【コロナ禍 既存店・EC状況比較】

店頭

- ▶ 平時売上の9割で推移しても利益が出せる体制の構築に取り組む
- ▶ 前年実績は超えながらも緊急事態宣言 発令期間はおおよそ7割、宣言解除後の経過措置期間・まん延防止等重点措置の適用期間は8割と、これまで同様コロナの影響を受ける
- ▶ 11月以降の感染者数減少期間は9割に近い水準まで回復

EC

- ▶ **引き続き 高い伸長率**
「Yamato2023」完了後の2024年度
全社売上シェア1割（※旧基準）を目指す
- ▶ **一貫性のあるコミュニケーション**
顧客起点に基づくUI UXの改善
- ▶ **全体最適を図る在庫オペレーションにより**
セール期の商材不足を克服

【旧基準比較】

		9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期累計
既存店	19年8月期比	緊急事態宣言発令 まん延防止等重点措置 →				まん延防止等重点措置 ←→		
		74%	81%	87%	93% ※福袋調整(86%)	82% ※福袋調整(88%)	82%	84%
	前年比	96%	96%	108%	112%	124%	93%	106%
EC	前年比	114%	92%	145%	133%	178%	108%	131%

※当年実績を旧基準に置き換え算出

※福袋調整：12月販売の福袋売上を1月に振り替え調整した数値を記載。

2022年8月期 第2四半期 決算概要【粗利・在庫】

【旧基準比較】

粗利率

▲0.1pt

在庫

▲1.7億円

【粗利率】

- ▶ 緊急事態宣言発出・まん延防止等重点措置の適用期間は商品の消化スピードも鈍ることから在庫の適正化を優先し▲0.1pt悪化

【旧基準比較】

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
44.1%	44.0%	▲0.1pt

※当年実績を旧基準に置き換え算出

【在庫】

- ▶ ▲1.7億円削減され、前年および計画内に収まる

前年実績（単体）	当年実績（単体）	前年比（増減額）
2,152	1,981	▲170

<単位 百万円>

下期

22年春夏商品のプロパー販売と、
キャリーした21年春夏商品の正しい換金と消化を進め粗利率の向上に注力

2022年8月期 第2四半期 決算概要【販管費】

【旧基準比較】

販管費

▲89百万円

- ▶ 新規会員獲得に向けた新サービスの開発や新聞広告に加え成長著しいEC事業に向け自動製封函機を導入するなど積極的な投資を行いながらも前年比▲89百万円と計画内に収まる
- ▶ 売上9掛で推移しても利益が出せる体制を構築しながら将来性のある事業へ積極的に投資

【旧基準比較】

(連結)	2021年8月期2Q累計		2022年8月期2Q累計		
	実績	売上比	実績	売上比	前年比（増減額）
販売管理費	3,331	45.0%	3,242	42.9%	▲ 89
人件費	2,395	32.3%	2,279	30.2%	▲ 116
支払手数料	74	1.0%	76	1.0%	+1
賃借料	91	1.2%	79	1.1%	▲ 12
減価償却費	63	0.9%	67	0.9%	+3
その他経費	705	9.5%	739	9.8%	+34

※当年実績を旧基準に置き換え算出

<単位 百万円>

2022年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

889店舗

<直営11店舗 コーナー878店舗>

純減数
(前年同期比)

▲8店舗

<直営±0店舗 コーナー▲8店舗>

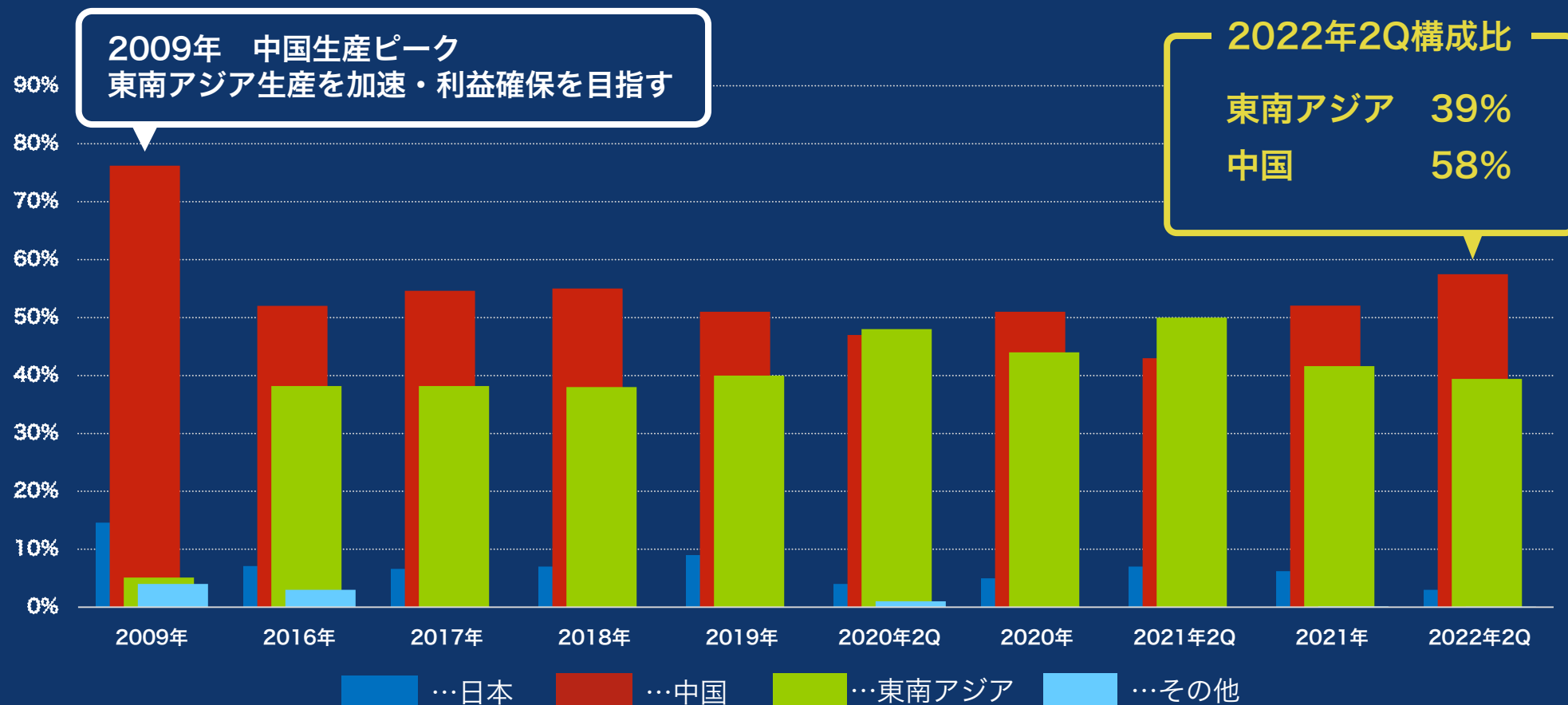
2022年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況・ブランド別】

ブランド別 店舗数 <2022年 2月末>

	前年実績 (2021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 (2Q) 実績	前年期末比
クロコダイルメンズ	438	-	-	434	434	▲ 4
Relax	278	-	-	263	263	▲ 15
SWITCH MOTION CROCODILE	118	-	-	123	123	+5
クロコダイルレディス	369	-	-	366	366	▲ 3
Relax	174	-	-	167	167	▲ 7
CROCODILE CODE	103	-	-	106	106	+3
スイッチモーション クロコダイル	79	-	-	78	78	▲ 1
クロコダイル直営店	11	4	7	-	11	±0
計	897	4	7	878	889	▲ 8

2022年8月期 第2四半期 決算概要【生産地】

生産拠点 国別構成比（金額ベース）



- ▶ 21年秋冬は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しながら生産地を選定した結果一時的に中国比率が上昇
- ▶ 22年春夏より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み東南アジア比率が回復するものと想定
引き続き品質管理の徹底、安定した商品供給体制の確保に努める

2022年8月期 第2四半期 決算概要【貸借対照表】

- ▶ 純資産が前年期末の159億47百万円から159億62百万円と微増、健全な財務体質を維持
- ▶ 今後もいかなる経営環境においても事業に集中できる強固な財務基盤を堅持

	2021年8月期 期末 (旧基準)	2022年8月期				
		2Q末	構成比	2Q末 (旧基準)	【旧基準比較】 前年期末比増減	【旧基準比較】 前年期末比増減率(%)
流動資産	9,068	10,038	45.7%	10,048	980	10.8%
現預金+有価証券	5,850	6,698	30.5%	6,698	847	14.5%
現金及び預金	4,850	5,698	25.9%	5,698	847	17.5%
有価証券	999	999	4.5%	999	0	0.0%
売掛金等	1,038	1,164	5.3%	1,155	117	11.3%
たな卸資産	1,965	2,058	9.4%	1,981	16	0.8%
その他	213	116	0.5%	212	0	▲0.5%
固定資産	11,945	11,943	54.3%	11,943	▲1	0.0%
有形固定資産	6,638	6,633	30.2%	6,633	▲5	▲0.1%
無形固定資産	19	28	0.1%	28	8	44.7%
投資その他の資産	5,286	5,281	24.0%	5,281	▲5	▲0.1%
資産合計	21,013	21,981	100.0%	21,991	978	4.7%
流動負債	4,084	5,208	23.7%	5,200	1,115	27.3%
固定負債	980	827	3.8%	827	▲152	▲15.6%
負債合計	5,065	6,036	27.5%	6,028	963	19.0%
純資産合計	15,947	15,945	72.5%	15,962	15	0.1%
負債・純資産合計	21,013	21,981	100.0%	21,991	978	4.7%

<単位 百万円>

2022年8月期

下期・通期計画



「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
スタイル重視でものを創る／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

ミッションに基づき目指す

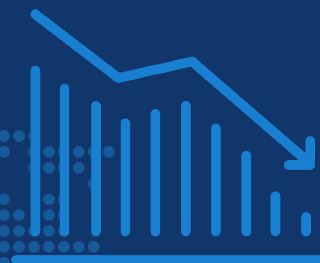
「シン・ブランド創り」

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

真のブランドを創る

＝

ヤマトが掲げるミッション・存在意義



——「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」

3年後の
あるべき姿に向け
掲げた
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）

引き続き注力

22年8月期

各分野が目指す指標と活動が連動していく段階

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



サブライン



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

- ・実店舗に新什器を投入
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



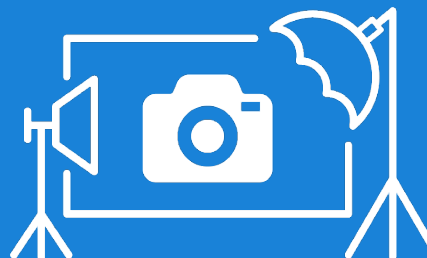
販売在庫の確保



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

商品と店舗の原型づくり

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 下期・通期計画

- ▶ 経常および当期純利益の上方修正
(22年3月18日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表)

(連結)	2021年8月期	2022年8月期	
	通期実績	通期計画	前年比 (増減率)
売上高	13,691	19,430	-
営業利益	▲364	100	-
<売上比>	-	0.5%	-
経常利益	92	380	-
<売上比>	0.7%	2.0%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	30	280	-
<売上比>	0.2%	1.4%	-

<単位 百万円>

※2022年8月期の連結業績予測については、当第1四半期連結会計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を適用しているため、当該会計基準を適用した後の数値となっており、対前年同四半期増減率は記載しておりません。

通期での「増収増益」を目指す

2022年8月期 下期・通期計画【出退店】

出退店計画

872店舗
＜直営 11 店舗 コーナー 861 店舗＞

純減数 (2月末比)
▲17 店舗
＜直営±0店舗 コーナー▲17店舗＞

2022年8月期配当 期末5円を予定

ESGに関する取り組み

E

Environment

環境保護と 経費削減への 取り組み

- ▶ ペーパーレス化の推進
 - ・ 2022年度上期のコピー用紙使用枚数80%削減（2016年度上期対比）
 - ・ コーナー約900 店舗へのタブレット配備・オフィス改装
- ▶ 副資材における環境に配慮したグリーン調達及び縮減への取り組み
 - ・ 商品袋、ハンガー、襟キーパー、クリップなどの脱プラスチック素材への代替検討
 - ・ 商品下げ札、襟台紙、中紙などの使用数量の縮減検討



S

Social

社会分野と 生産性向上への 取り組み

- ▶ 人権問題への取り組み
 - ・ ヤマト インターナショナル グループ 人権方針の制定（2021年8月6日）
 - ・ 人権デューデリジェンス体制の整備に継続的に取り組む
- ▶ ワークライフバランスへの取り組み
 - ・ 育児休業・育児短時間勤務制度の充実（2007年以降 正社員の復職率100%）
 - ・ リモートワーク、出勤時間選択、短時間勤務、時間有給などが既に定着



G

Governance

コーポレート ガバナンス

- ▶ 独立性の高いスリムな役員構成による迅速果断な経営判断
取締役6名中2名が社外取締役（内女性1 名）、 監査役4名中2名が社外監査役、
全役員10 名中4 名が 社外役員
いずれも東京証券取引所に届出をする独立役員

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

ミッション

「ものを創り 人を創り
お客様と共に心豊かな毎日を創る」

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。