YAMATO INTERNATIONAL INC.
4Q 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　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 各分野それぞれの施策の成果が表れ始めたことで最大の目標「増収増益」を達成、更には業績の上方修正と増配を公表するなど順調に推移。

店頭は平時に対し売上が9掛で推移しても利益が出せる体制の構築に注力。上期はコロナの影響により8掛で終わるも、感染者数の落ち着いた下期は9掛以上まで挽回し目指してきた水準をほぼ達成。ECは引き続き順調に推移、クロコダイルアプリも34万ダウンロードを超えるなど利用者が拡大し総会員数も60万人を突破、売上+33%増と伸長。

粗利率はコロナ禍でも利益重視の運営により+0.1pt改善、在庫は▲3億円と大幅に削減され健全な状態で着地。また、純資産は前年期末より増加しており、現金及び預金も7.5億円増加、強固な財務基盤を堅持。

「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」を引き続き実践。そして中期ビジョン「Yamato2023」の最終年度となる23年8月期は 3つの分野に引き続き注力しながら、コロナを機に思い描いた3年後のあるべき姿をやりきり成し遂げることで、企業価値・ブランド価値・提供価値それぞれの「価値拡大」を目指す。

連結PL

<単位 百万円>

	2021/8 (旧基準)	2022/8	2022/8 (旧基準)	2023/8 (計画)
売上高	13,691	19,398	14,655	22,000
営業利益	▲364	144	149	250
<売上比>	-	0.7%	1.0%	1.1%
経常利益	92	641	646	400
<売上比>	0.7%	3.3%	4.4%	1.8%
当期純利益	30	452	457	250
<売上比>	0.2%	2.3%	3.1%	1.1%

配当

	2021/8	2022/8	2023/8(計画)
配当	5円 中間0円/期末5円	6円 中間0円/期末6円	6円 中間0円/期末6円

BS

<単位 百万円>

	2021/8 (旧基準)	2022/8	2022/8 (旧基準)
流動資産	9,068	9,737	9,749
現預金+有価証券	5,850	6,634	6,634
固定資産	11,945	11,647	11,647
有形固定資産	6,638	6,556	6,556
無形固定資産	19	25	25
資産合計	21,013	21,385	21,397
流動負債	4,084	4,684	4,677
固定負債	980	705	705
負債合計	5,065	5,390	5,382
純資産合計	15,947	15,994	16,014
負債・純資産合計	21,013	21,385	21,397

中期ビジョン「Yamato2023」

2020年 コロナ禍
2021年 黒字化達成
22年8月期 中期ビジョン 2年目
2022年 増収増益 達成

Yamato INTERNATIONAL 不変のミッション
「ものを創り 人を創り お客様と共に心豊かな毎日を創る」

- 「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」

今後も予測できない
危機が起こりうる経営環境において
バブル崩壊　震災　コロナ

いつの時代でも どんな環境下でも
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

3年後のあるべき姿をやりきり成し遂げる1年
「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)

あるべき店舗の原型づくりに向け
「シン・ブランド」を体現するために不可欠な
店舗の空間設計や新什器の実証実験を実施

一貫性ある店舗展開

既顧客の活性化　全体の底上げ　潜在顧客の獲得

店舗あたりの売上と収益率を高め
中長期的にブランド価値を拡大

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

重点的に取り組み強化

引き続きクロコダイル・CITERA共に
順調に成長

③将来の成長基盤を確立する分野(直営)

- 潜在顧客の獲得
- 一つの店で結果を出し成功事例を築く

商品と店舗の原型づくりを戦略的に推進
成功事例の 目途がつく

直営プロパー・アウトレット
共に新店の出店を再開
当社の成長に
欠かせない領域として
引き続き注力

クロコダイル
酒々井プレミアム・アウトレット店
(2021年4月オープン)

その他トピックス

①EC:先進的な動画配信サービス「Firework」を導入

スタイル／コーディネート訴求を目的とした
ショート動画コンテンツを配信
ブランドのスタイル・利用シーン・その商品特性を
わかりやすく伝えることが可能に

店舗・EC・POP・カタログなど
各媒体において
一貫性のあるコミュニケーションを実現

②商標権を保有するPenfieldの中国ライセンス事業がスタート

ライセンシーパートナー上海パワーリッチ社
2022年7月 北京三里屯の
ショッピングモール内への出店を皮切りに
3店舗オープン

日本国内・中国における
ブランド認知度と価値向上に注力
ライセンス事業の更なる拡大を目指す

2023年8月期目標　企業価値・ブランド価値・提供価値中長期的な「価値拡大」を目指す

生産地

【2022年4Q構成比】東南アジア:38%　中国:58%

21年秋冬生産ではミャンマーの情勢不安・ベトナムのロックダウンによる
納期遅れを回避するため一時的に中国生産比率上昇

22年春夏以降は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行し下期は比率が回復
〈下期〉東南アジア構成比　22年度:37%(21年度:31%)
　　中国構成比　　22年度:59%(21年度:64%)

配当金

【2022年8月期配当】
期末6円を予定(1円増配)
【2023年8月期配当】
6円/年
(中間0円・期末6円)を予定

ESGに関する取り組み

SDGsに高い関心を持つ若手社員を中心とした
「Yamato 未来創造プロジェクト」を始動

企業として持続可能な社会形成に貢献
課題の抽出・整理を行いながら取り組みを広げ企業の持続的成長に繋げる

【お問合せ先】　ヤマト インターナショナル 東京本社 IR 経営企画室 保田　TEL : 03-5493-5629　FAX : 03-5493-5680　WEB SITE : www.yamatointr.co.jp