

2022年 8月期

決算説明資料

2022.10.14

YAMATO INTERNATIONAL INC.

＜ 東証スタンダード市場 8127 ＞

コロナ禍

—— 2年半経過 ——

様々な制限が軽減されコロナ以前の日常を取り戻しつつある一方、
世界政治・経済の変化（複雑化する外交関係・円安や物価上昇など）に呼応するように
人々のライフスタイルや価値観も大きく変化

新常態＝ニューノーマル時代へ突入

会社設立
75周年

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」

中期ビジョン「Yamato2023」を推進
「シン・ブランド創り」を目指す

2022年8月期 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。

22年8月期目標→増収増益

3つの分野
に注力

- 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）

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

23年8月期以降の再成長を目指す

2022年8月期 決算概要

増収増益

- ▶ 売上高 : 193億 98百万円
- ▶ 営業利益 : 1億 44百万円
- ▶ 経常利益 : 6億 41百万円
- ▶ 当期純利益 : 4億 52百万円

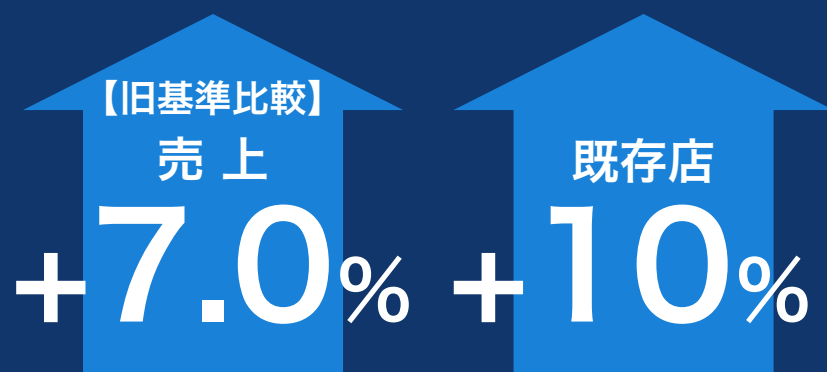
最大の目標「増収増益」を達成
業績予想の上方修正・増配も公表
3つの分野それぞれの施策の成果が着実にあらわれはじめる

(連結)	2021年8月期	2022年8月期			
	実績 (旧基準)	9/22修正公表	実績	実績 (旧基準)	【旧基準比較】 前年比 (増減率)
売上高	13,691	19,390	19,398	14,655	7.0%
営業利益	▲364	140	144	149	-
< 売上比 >	-	0.7%	0.7%	1.0%	-
経常利益	92	640	641	646	596.1%
< 売上比 >	0.7%	3.3%	3.3%	4.4%	3.7pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	30	450	452	457	1391.4%
< 売上比 >	0.2%	2.3%	2.3%	3.1%	2.9pt

※2022年9月22日「業績予想及び配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」を公表

< 単位 百万円 >

2022年8月期 決算概要【売上・既存店】



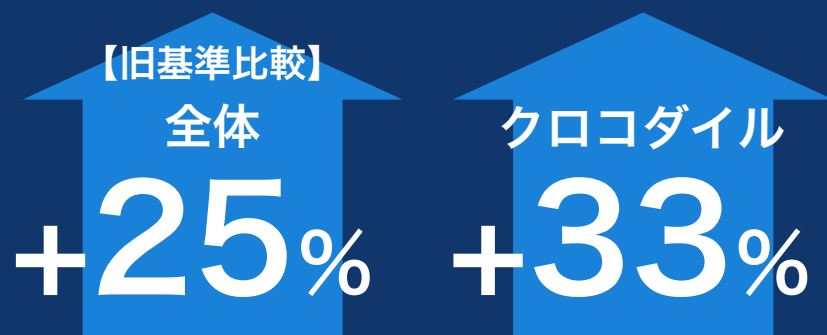
- ▶ 売上高+7.0%増
- ▶ クロコダイルグループ+8%の増収
- ▶ 既存店全社ベースで+10%の増収

【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)	+7.0%	+4%	+9%	+1%	+6%	+18%
既存店 (前年比)	+10%	+7%	+13%	+10%	+9%	+28%

※当年実績を旧基準に置き換え算出

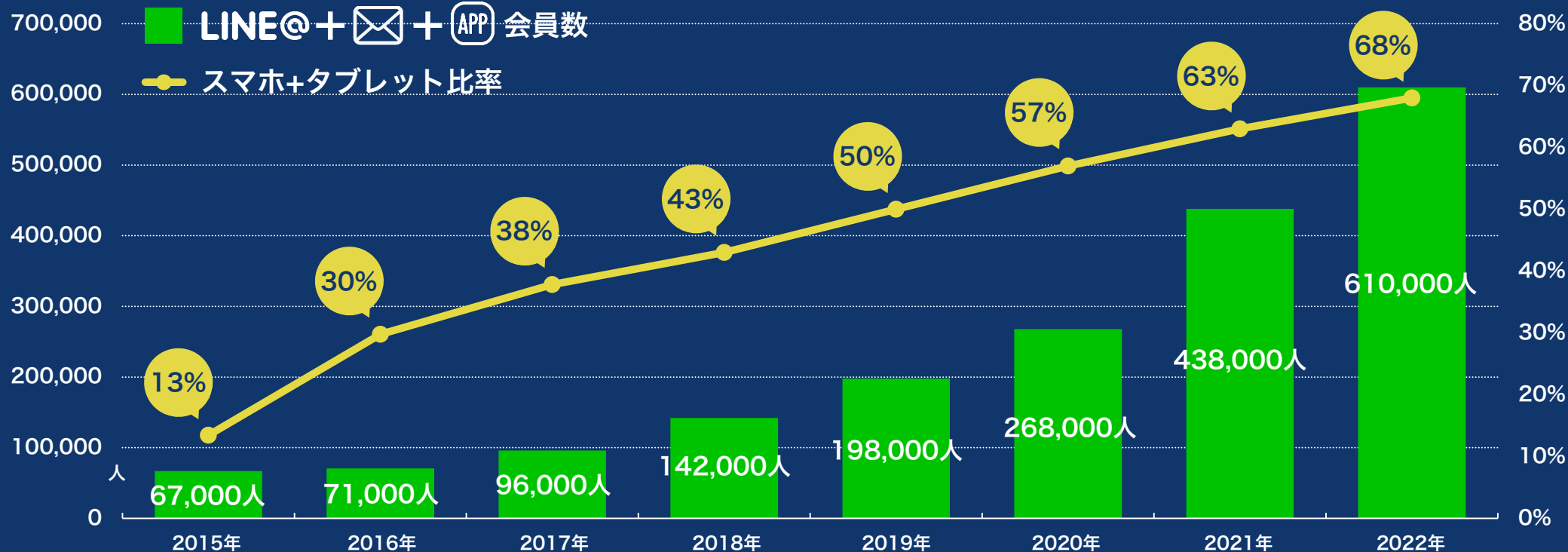
2022年8月期 決算概要【EC】



- ▶ コロナ禍で拡大した市場、購買も一巡し
Eコマース市場の傾向としては伸び率が鈍化しつつある中
引き続き順調に伸長
- ▶ クロコダイルアプリダウンロード数が34万を超え
順調に利用者数が拡大
総会員数は60万人を突破

LINE@+メルマガ+アプリ 会員数推移

前年 比較	会員数 +39%	EC売上 +25%	スマホ+タブレット構成比 63%⇒68%
----------	-------------	--------------	-------------------------



2022年8月期 決算概要【コロナ禍における既存店・EC状況比較】

店頭（平時に対して 売上が9割で利益が出せる体制を構築）

<上期>

- ▶ 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既存店売上は 平時の84%

<下期>

- ▶ 3月、そして8月は感染拡大第7波の影響
- ▶ 4月以降持ち直し
5・6・7月は計画以上に推移し平時の9割以上まで挽回

EC（引き続き高い成長率で推移）

- ▶ 店頭と連動した
一貫性あるスタイル／コーディネート提案
- ▶ 最大の成長が見込まれる
レディスEC専用商品の開発も実現

【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	感染拡大第5波 →				← オミクロン株による第6波		84%	
	前年比	74%	81%	87%	93%	82%	82%	106%	
EC	前年比	96%	96%	108%	112%	124%	93%	131%	
		114%	92%	145%	133%	178%	108%		
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	下期累計	通期累計
既存店	19年 8月期比	← 感染拡大第6波		← 計画以上に推移・平時の9割以上まで挽回			→ 感染拡大第7波	91%	87%
	前年比	80%	92%	95%	97%	97%	84%		
EC	前年比	107%	122%	129%	105%	108%	119%	115%	110%
EC	前年比	125%	111%	121%	117%	129%	172%	128%	130%

※当年実績を旧基準に置き換え算出

2022年8月期 決算概要【粗利・在庫】

【旧基準比較】
粗利率
+0.1 pt

在庫
▲3億円

【粗利率】

- ▶ 長引くコロナの影響を受けながらも利益重視の運営により前年より+0.1pt増と改善

【旧基準比較】

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
44.9%	45.0%	+0.1pt

※当年実績を旧基準に置き換え算出

【在庫】

- ▶ ▲299百万円と大幅に削減
- ▶ コロナ禍でキャリーしていた在庫も正常化し健全な状態で着地

前年実績（単体）	当年実績（単体）	前年比（増減額）
1,965	1,666	▲299

<単位 百万円>

23年8月期は、円安や原材料価格高騰による原価率の上昇は不可避ながらその影響を最小限に抑えるべく対応

2022年8月期 決算概要【販管費】

【旧基準比較】
販管費
▲57百万円

- ▶ 新規会員獲得に向けた新サービスの開発や新聞広告を実施
- ▶ 成長著しいEC事業の効率化をはかるため
自動製封函機を導入
- ▶ 積極的な投資を行いながらも
前年より▲57百万円削減され計画に収まる

【旧基準比較】

(連結)	2021年8月期		2022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	6,505	47.5%	6,447	44.0%	▲ 57
人件費	4,694	34.3%	4,530	30.9%	▲ 163
支払手数料	145	1.1%	154	1.1%	+9
賃借料	165	1.2%	159	1.1%	▲ 5
減価償却費	141	1.0%	139	1.0%	▲ 1
その他経費	1,358	9.9%	1,462	10.0%	+104

※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 決算概要【出退店状況】

出退店実績

886店舗

<直営11店舗 コーナー875店舗>

純減数
(前年同期比)

▲11店舗

<直営±0店舗 コーナー▲11店舗>

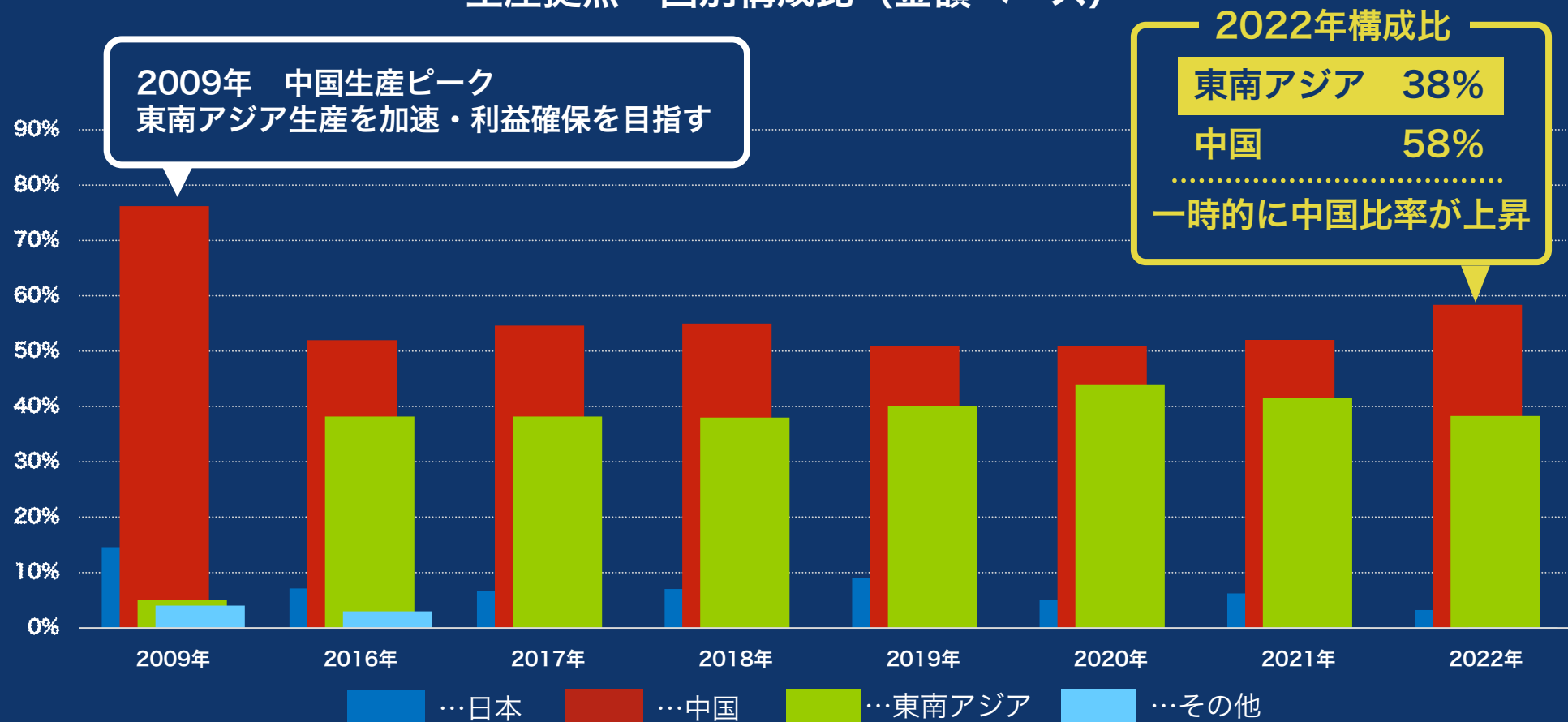
2022年8月期 決算概要【出退店状況】ブランド別

ブランド別 店舗数 < 2022年 8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	当年実績	前年期末比
クロコダイルメンズ	438	-	-	432	432	▲ 6
Relax	278	-	-	263	263	▲ 15
SWITCH MOTION CROCODILE	118	-	-	123	123	+5
クロコダイルレディス	369	-	-	364	364	▲ 5
Relax	174	-	-	164	164	▲ 10
CROCODILE CODE	103	-	-	107	107	+4
スイッチモーション クロコダイル	79	-	-	79	79	±0
クロコダイル直営店	11	4	7	-	11	±0
計	897	4	7	875	886	▲ 11

2022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）



- ▶ 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%）
- ▶ 生産地におけるコロナの状況は未だ不透明ながら引き続き品質管理を徹底し安定した商品供給体制を確保

2022年8月期 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159億94百万円と微増
- ▶ 現金及び預金も前年期末より7億55百万円増加し、健全な財務体質を維持

	2021年8月期		2022年8月期			
	期末 (旧基準)	期末	構成比	期末 (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	9,737	45.5%	9,749	681	7.5%
現預金＋有価証券	5,850	6,634	31.0%	6,634	783	13.4%
現金及び預金	4,850	5,605	26.2%	5,605	755	15.6%
有価証券	999	1,028	4.8%	1,028	28	2.8%
売掛金等	1,038	1,212	5.7%	1,202	164	15.8%
たな卸資産	1,965	1,756	8.2%	1,666	▲ 299	▲15.2%
その他	213	133	0.6%	246	33	15.4%
固定資産	11,945	11,647	54.5%	11,647	▲ 297	▲2.5%
有形固定資産	6,638	6,556	30.7%	6,556	▲ 82	▲1.2%
無形固定資産	19	25	0.1%	25	5	27.7%
投資その他の資産	5,286	5,065	23.7%	5,065	▲ 220	▲4.2%
資産合計	21,013	21,385	100.0%	21,397	384	1.8%
流動負債	4,084	4,684	21.9%	4,677	592	14.5%
固定負債	980	705	3.3%	705	▲ 274	▲28.0%
負債合計	5,065	5,390	25.2%	5,382	317	6.3%
純資産合計	15,947	15,994	74.8%	16,014	66	0.4%
負債・純資産合計	21,013	21,385	100.0%	21,397	384	1.8%

中期ビジョン 「Yamato2023」

23年8月期計画

—— 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」



「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」とは……

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



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

——「シン・ブランド創り」を背景に2年前からスタート——

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）

23年8月期＝中期ビジョン最終年度

3年後のあるべき姿をやりきり成し遂げる1年

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



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

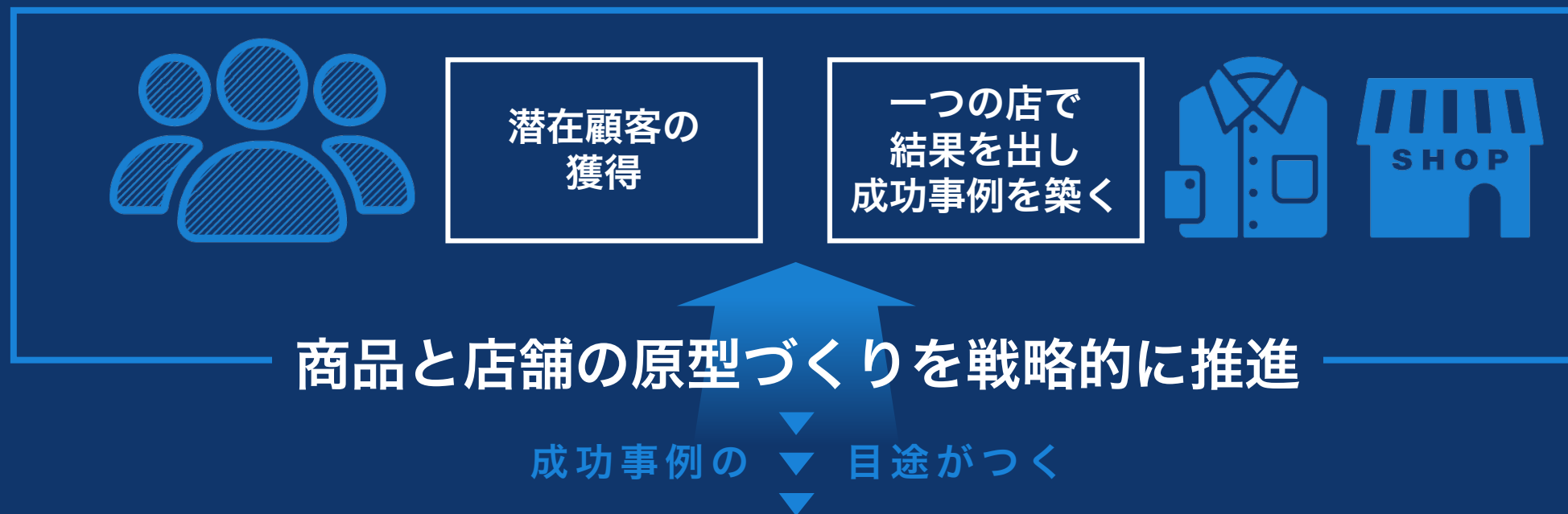


コミュニケーション
の一貫性

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）



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

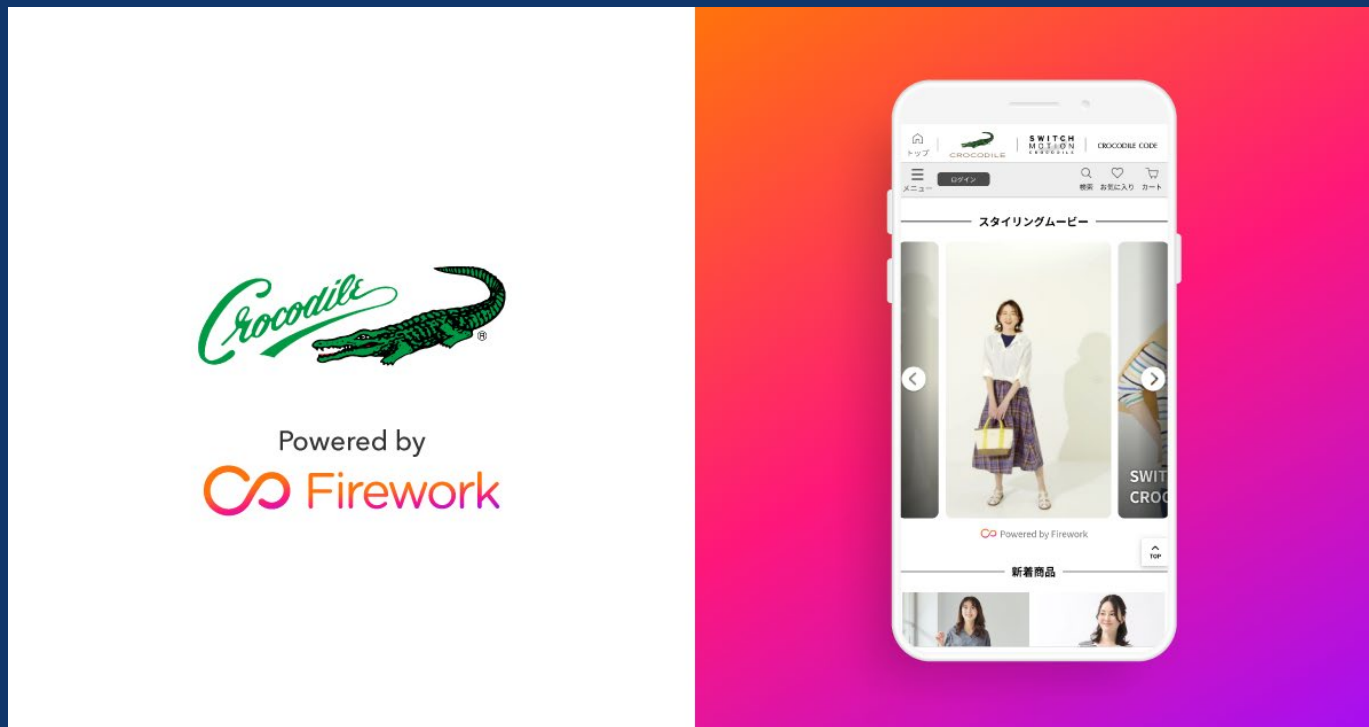
クロコダイル
酒々井プレミアム・アウトレット店
(2021年4月オープン)



クロコダイル
りんくうプレミアム・アウトレット店
(2022年10月オープン予定)



① 先進的な動画配信サービス「Firework」を導入



EC

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頻繁に配信



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

2023年8月期・中期ビジョン／通期計画（その他トピックス）



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

新たな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・通期計画

(連結)	2023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	22,000	13.4%	11,300	13.2%	10,700	13.7%
営業利益	250	72.8%	165	116.8%	85	23.9%
<売上比>	1.1%	0.4pt	1.5%	0.7pt	0.8%	0.1pt
経常利益	400	▲37.6%	285	▲14.0%	115	▲62.9%
<売上比>	1.8%	▲1.5pt	2.5%	▲0.8pt	1.1%	▲2.2pt
当期純利益	250	▲44.7%	180	▲31.8%	70	▲62.8%
<売上比>	1.1%	▲1.2pt	1.6%	▲1.1pt	0.7%	▲1.3pt

<単位 百万円>

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

出退店計画

881 店舗
＜直営 14店舗 コーナー 867 店舗＞

純減数（前年比）
▲5 店舗
＜直営+3店舗 コーナー▲8店舗＞

2022年8月期配当 期末6円を予定（1円増配）

※2022年9月22日「業績予想及び配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」を公表

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

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年度通期のコピー用紙使用枚数80%削減（2016年度通期対比）
 - ・ コーナー約900 店舗へのタブレット配備・オフィス改装
- ▶ 商品・副資材における環境に配慮したグリーン調達への取り組み
 - ・ ウガンダオーガニックコットンをはじめとする環境配慮型素材を使用した商品の企画
 - ・ 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



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（2022年10月14日現在）



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



未来創造
PROJECT
YAMATO INTERNATIONAL

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

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。