

YAMATO INTERNATIONAL INC. 2Q 2023 Fact Sheet

【会社名】 ヤマト インターナショナル株式会社 【代表者】 取締役社長 盤若 智基
 【設立】 1947年6月16日 【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
 【資本金】 49億17百万円 【決算月】 8月
 【上場】 東証スタンダード 証券コード8127

OVERVIEW

中期ビジョン「Yamato2023」の最終年度となる23年8月期は、3年後のあるべき姿に向けて掲げた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)、それぞれの分野で取り組み目標をやり切り 成し遂げる1年と位置付けスタート。その結果は第2四半期終了時点において増収増益、また全段階の利益において業績の上方修正を行うなど順調に推移。

店頭は平時に対し売上が9割で推移しても利益が出せる体制の構築に引き続き注力。感染拡大第7波・8波の影響を受けた第1四半期は苦戦したものの、第2四半期は月を追うことに伸長し、中でも2月はほぼ19年度並みに回復。ECは売上+27%増と引き続き順調に推移。クロコダイアルアプリも利用者が拡大し総会員数も約70万人に到達。
 粗利率は原価率上昇の影響により▲1.2pt悪化するも想定内、コロナ禍で計画的に行ってきた翌期へキャリア再販する在庫も正常化され健全な状態で着地。また、純資産は前年同期より増加。現金同等物はコロナ前の水準に戻りつつあり、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で掲げた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切り 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 P L

	2022/8 2Q	2023/8 2Q	2023/8 (計画)※
売上高	9,984	10,764	21,460
営業利益	76	219	250
<売上比>	0.8%	2.0%	1.2%
経常利益	331	418	480
<売上比>	3.3%	3.9%	2.2%
当期純利益	263	344	360
<売上比>	2.6%	3.2%	1.7%

※2023年3月17日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表しております。

配当

	2022/8	2023/8 2Q	2023/8(計画)
配当	6円 中間0円/期末6円	—	6円

BS

	2022/8	2023/8 2Q
流動資産	9,737	11,599
現金・預金	6,634	7,973
固定資産	11,647	11,698
有形固定資産	6,556	6,562
無形固定資産	25	21
資産合計	21,385	23,298
流動負債	4,684	5,844
固定負債	705	1,185
負債合計	5,390	7,029
純資産合計	15,994	16,268
負債・純資産合計	21,385	23,298

中期ビジョン「Yamato2023」

「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「シン・ブランド創り」に基づき目指す

今後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

各分野が目指す指標をやり切り 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仕器の実証実験を継続して実施

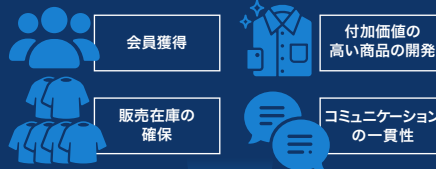


GMSにおける更なる成長

中長期的なブランド価値拡大を目指し 精度とスピードを上げ 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



下期も引き続き重視し取り組み強化

引き続きクロコダイアル・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)



商品と店舗の原型づくりを戦略的に推進 → 1店舗の成功事例確立



今後の課題) メンズにおける提供価値の確立・直営専用の仕器開発 将来の成長には欠かせない領域となる 直営事業に引き続き注力

その他関連トピックス

基幹ブランド「クロコダイアル」60周年

1963年～基幹ブランド「クロコダイアル」国内販売開始60周年

オリジナルタータンチェック 特別商品を企画・販売

特設サイト開設 クロコダイアルの歴史紹介 店頭・ECで運動した販促実施

TVCM放映・ブランドの認知拡大を図る

既顧客の活性化・潜在顧客の獲得を目指し 中長期的なブランドへの投資を行うことで「シン・ブランド創り」を実現

「Penfield」の中国ライセンス事業がスタート

ライセンスパートナー上海パワーリッチ社 22年7月の1号店出店を皮切りに中国国内に8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

「シン・ブランド創り」を実践するための 戦略的な投資を行いながら 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 【2023年2Q構成比】 東南アジア：51% 中国：45%
 ・東南アジア諸国での生産拠点の開拓が進んだことで、昨年一時的に上昇した中国比率も落ち着き、当社における適正な水準に回復
 ・引き続き品質管理を徹底、安定した商品供給体制の確保に努める

配当金 【2023年8月期配当】 期末6円を予定

ESGに関する取り組み ESGに関する取り組みを推進するべく始動「Yamato 未来創造プロジェクト」

ウガンダオーガニックコットンによる商品の開発・販売 過去からの絆が再び形となりウガンダの産業支援・雇用創出に再び寄与

持続可能な社会形成に貢献するため、当社だからやれること、やる意義があることに取り組み、企業自身の持続的成長に繋げる