

2023年 8月期 第2四半期

決算説明資料

2023.4.14

YAMATO INTERNATIONAL INC.

<東証スタンダード市場 8127>

3年のコロナ禍

社会・経済活動は正常化に向かい、かつての日常に戻りつつある

一方で……

人々のライフスタイルや価値観、世界の政治・経済は大きく変化
(複雑化する外交関係・金融市場・物価上昇……)

世の中は新しい時代へと突入

 **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

2023年8月期 第2四半期

決算概要

中期ビジョン最終年度：23年8月期

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）

各分野の課題・指標をやり切り 成し遂げる1年

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

23年8月期以降の再成長を目指す

2023年8月期 第2四半期 決算概要

営業利益

188.3%

経常利益

26.4%

- ▶ 売上高 107億 64百万円
- ▶ 営業利益 2億19百万円
- ▶ 経常利益 4億18百万円
- ▶ 四半期純利益 3億44百万円

「増収増益」全段階の利益において上期公表数値を上回り、
2023年3月17日に 業績予想の上方修正を公表

長引くコロナの影響、急激な物価上昇による個人消費への懸念などがありながら概ね順調に推移

(連結)	2022年8月期		2023年8月期		
	2Q累計実績	3/17修正公表	2Q累計実績	前年比 (増減率)	3/17修正公表比 (増減率)
売上高	9,984	10,760	10,764	7.8%	±0%
営業利益	76	210	219	188.3%	4.5%
<売上比>	0.8%	2.0%	2.0%	1.3pt	0.1pt
経常利益	331	410	418	26.4%	2.1%
<売上比>	3.3%	3.8%	3.9%	0.6pt	0.1pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	263	340	344	30.7%	1.4%
<売上比>	2.6%	3.2%	3.2%	0.6pt	±0pt

※2023年3月17日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表

<単位 百万円>

2023年8月期 第2四半期 決算概要【売上・既存店】

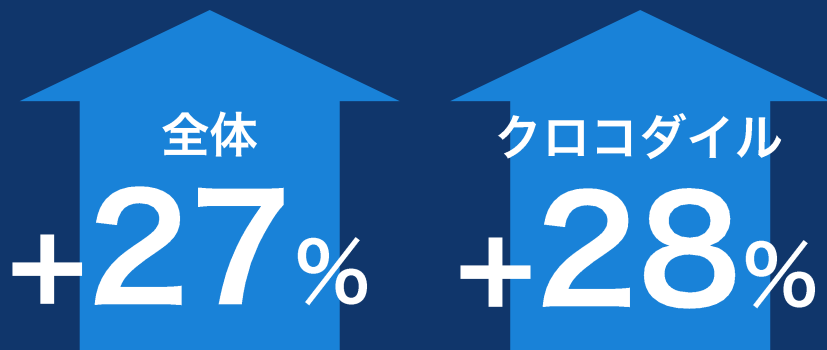
売上
7.8%

既存店
8%

- ▶ 売上高7.8%の増収
- ▶ クロコダイルグループ8%の増収
- ▶ 既存店全社ベースで8%の増収

	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)	+7.8%	+2%	+12%	+6%	+6%	+16%
既存店 (前年比)	+8%	+4%	+14%	+6%	+8%	+10%

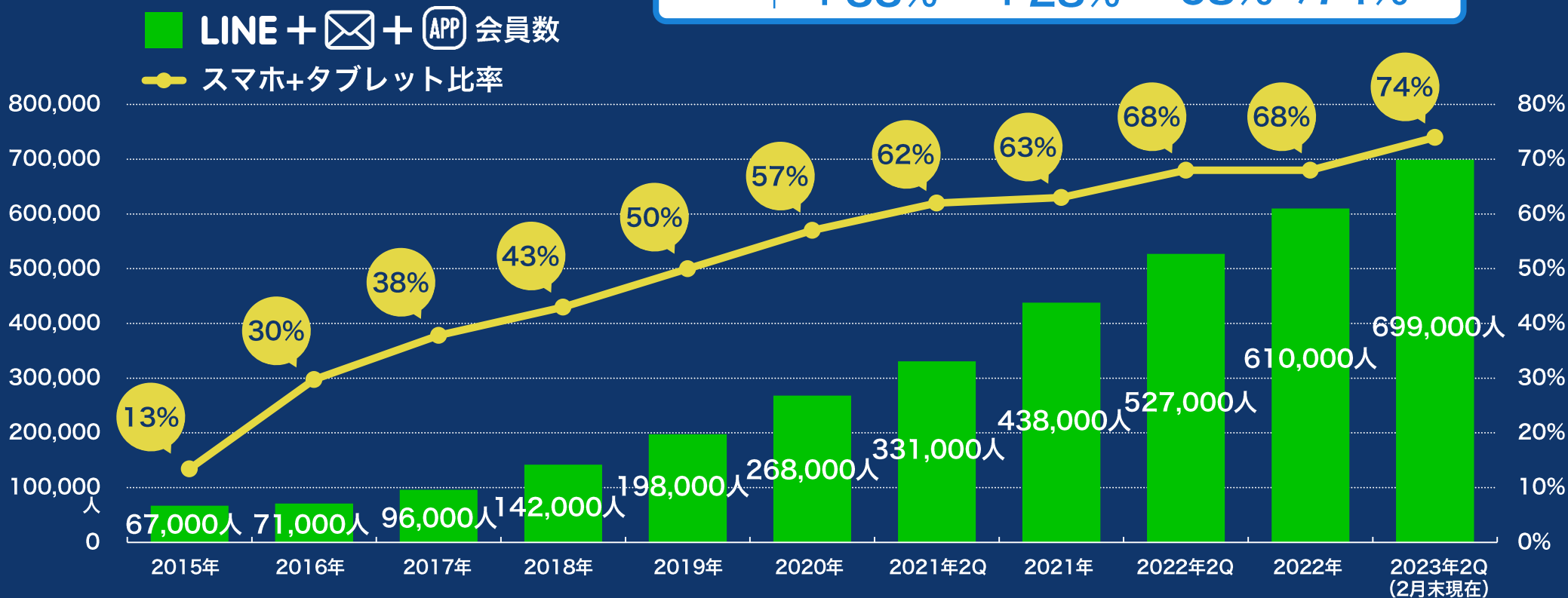
2023年8月期 第2四半期 決算概要【EC】



- ▶ Eコマース市場の傾向は伸び率が鈍化しつつある中当社は引き続き高い伸長率を継続
- ▶ クロコダイルアプリ利用者は順調に拡大し総会員数70万人に到達
- ▶ 売上は前年比 +28%増と高い伸長率を維持

LINE+メルマガ+アプリ 会員数推移

前年 2Q比較	会員数	EC売上	スマホ+タブレット構成比
	+33%	+28%	68%⇒74%



2023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（19年8月期）売上の9割で推移しても利益が出せる体制を、今期はより高い水準を目指す
- ▶ 感染拡大第7波・8波の影響を受けた第1四半期は苦戦するも上期トータルでは9割で推移
- ▶ 2月はほぼ19年度並みに回復
第2四半期からは月を追うごとに伸長

EC

- ▶ 「Yamato2023」完了後の2024年度
全社売上シェア1割（※旧基準）を目指し
目標を射程圏内に捉えながら順調に推移

		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7・8波			97%	87%	98%	90%
	前年比	78%	95%	84%	月を追うごとに伸長			108%
EC	前年比	107%	118%	97%	105%	108%	120%	127%
		134%	140%	101%	122%	131%	149%	127%

2023年8月期 第2四半期 決算概要【粗利・在庫】

粗利率
▲1.2pt

在庫
1.1億円

【粗利率】

- ▶ ▲1.2pt悪化
円安や原材料価格高騰による原価率上昇の影響が主な要因

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
57.7%	56.5%	▲1.2pt

【在庫】

- ▶ 計画内で推移
コロナ禍で計画的に行ってきた翌期へキャリー再販する在庫も正常化され健全な状態で着地

前年実績（単体）	当年実績（単体）	前年比（増減額）
1,981	2,098	+116

<単位 百万円>

下期

23年春夏物の上代設定の見直し、利益重視の綿密な売価コントロールにより原価率上昇の影響を最小限に抑えられるよう引き続き注力

2023年8月期 第2四半期 決算概要【販管費】

販管費
1.8億円

- ▶ 「シン・ブランド創り」を实践するべく、あるべき店舗の姿へ向けた新什器の開発、再開した直営店の出店など積極的な投資を行なう
- ▶ 販売手数料を含まない旧会計基準ではほぼ前年並みとなり計画内にも収まる

(連結)	22年8月期2Q累計			23年8月期2Q累計			前年比(増減額)	
	実績 (新基準)	売上比	実績 (旧基準)	実績 (新基準)	売上比	実績 (旧基準)	新基準	旧基準
販売管理費	5,681	56.9%	3,242	5,860	54.4%	3,286	179	44
人件費	2,279	22.8%	2,279	2,231	20.7%	2,231	▲48	▲48
支払手数料	75	0.8%	76	87	0.8%	88	12	12
賃借料	79	0.8%	79	87	0.8%	87	7	7
減価償却費	67	0.7%	67	60	0.6%	60	▲6	▲6
その他経費	3,180	31.8%	739	3,393	31.5%	819	213	79

<単位 百万円>

2023年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

880店舗

<直営12店舗 コーナー868店舗>

純減数
(前年期末比)

▲6店舗

<直営+1店舗 コーナー▲7店舗>

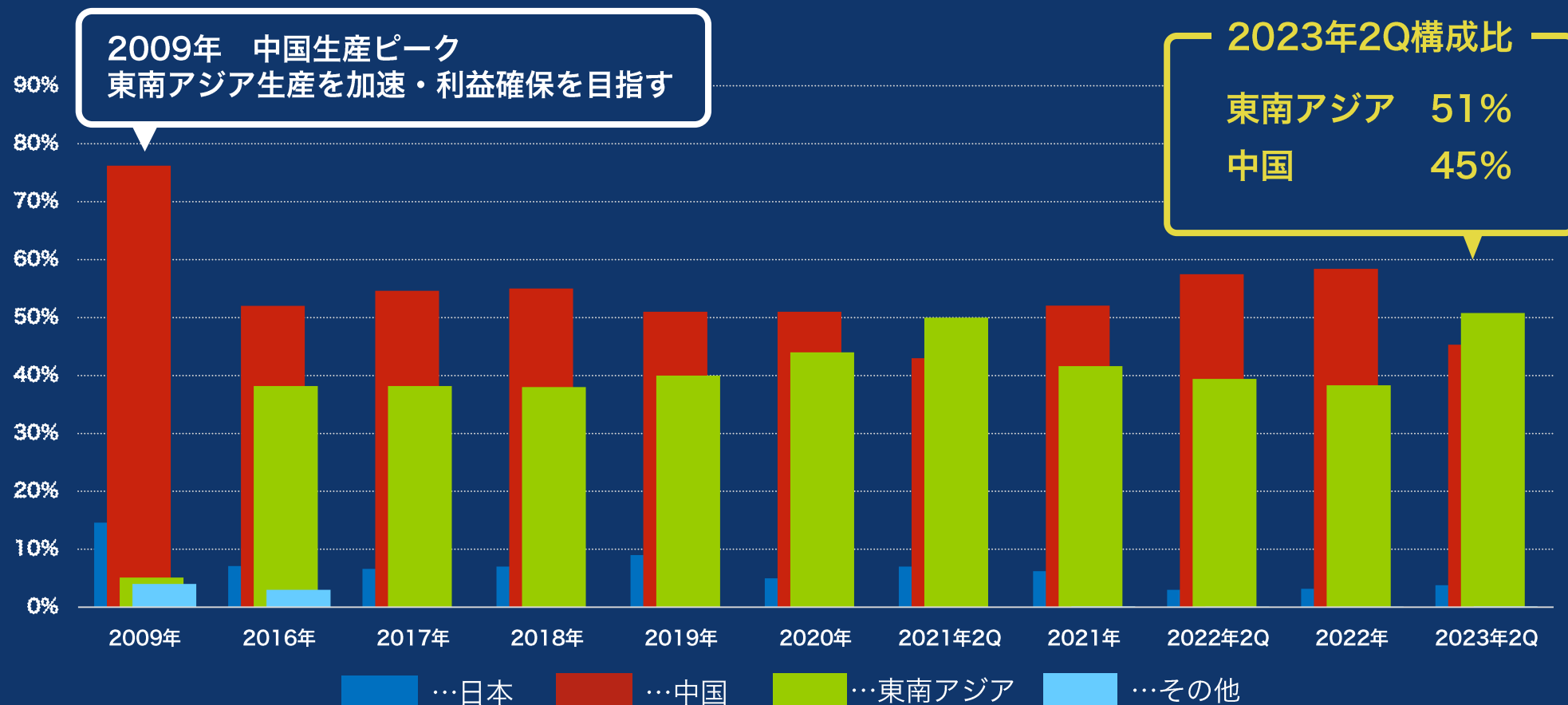
2023年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況・ブランド別】

ブランド別 店舗数 <2023年2月末>

	前年実績 (2022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	432	-	-	427	427	▲5
Relax	263	-	-	262	262	▲1
SWITCH MOTION CROCODILE	123	-	-	125	125	+2
クロコダイルレディス	364	-	-	359	359	▲5
Relax	164	-	-	164	164	±0
CROCODILE CODE	107	-	-	108	108	+1
スイッチモーション クロコダイル	79	-	-	82	82	+3
クロコダイル直営店	11	4	8	-	12	+1
計	886	4	8	868	880	▲6

2023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）



- ▶ 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

2023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159億94百万円から162億68百万円と増加
- ▶ 現金同等物はコロナ前の水準にもどりつつあり、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

	2022年8月期	2023年8月期			
	期末	2Q末	構成比	前年期末比増減	前年期末比増減率 (%)
流動資産	9,737	11,599	49.8%	1,861	19.1%
現預金＋有価証券	6,634	7,973	34.2%	1,339	20.2%
現金及び預金	5,605	6,573	28.2%	967	17.3%
有価証券	1,028	1,399	6.0%	371	36.1%
売掛金等	1,212	1,352	5.8%	140	11.6%
たな卸資産	1,756	2,170	9.3%	413	23.5%
その他	133	103	0.4%	▲30	▲22.9%
固定資産	11,647	11,698	50.2%	51	0.4%
有形固定資産	6,556	6,562	28.2%	5	0.1%
無形固定資産	25	21	0.1%	▲4	▲15.9%
投資その他の資産	5,065	5,115	22.0%	49	1.0%
資産合計	21,385	23,298	100.0%	1,913	8.9%
流動負債	4,684	5,844	25.1%	1,159	24.8%
固定負債	705	1,185	5.1%	479	67.9%
負債合計	5,390	7,029	30.2%	1,639	30.4%
純資産合計	15,994	16,268	69.8%	273	1.7%
負債・純資産合計	21,385	23,298	100.0%	1,913	8.9%

2023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……

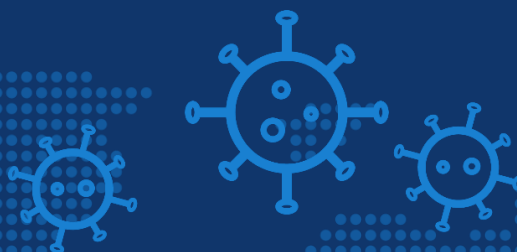
良い服を作るために 社員という人を創る
＝社員一人一人が必要な能力やスキルを習得し成長する

「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」

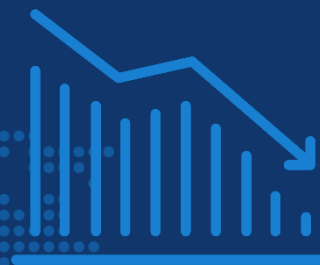


いつの時代でも どのような環境下でも
お客様の不満や問題を解決し 求められるものを提供し
最初に想起される

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

23年8月期

各分野が目指す指標をやりきり、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)

中期ビジョン「Yamato2023」完了の翌年
全社売上シェア1割 (※旧基準) を目指す

射程圏内に捉え
順調に進捗



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

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）

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

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

23年度
新店の
出店を再開



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)



クロコダイル 湘南モールフィル店
(2023年2月オープン)



クロコダイル ユニモチはら台店
(2023年3月オープン)



クロコダイル スマーク伊勢崎店
(2023年3月オープン)

今後の課題

メンズにおける提供価値の確立・直営専用の什器開発
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「クロコダイル」60周年

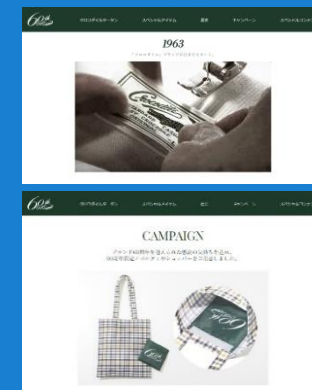


1963年の販売開始以来、ワニのワンポイントブランドとして永きにわたりお客様にご愛顧いただいている基幹ブランド「クロコダイル」が国内販売60周年

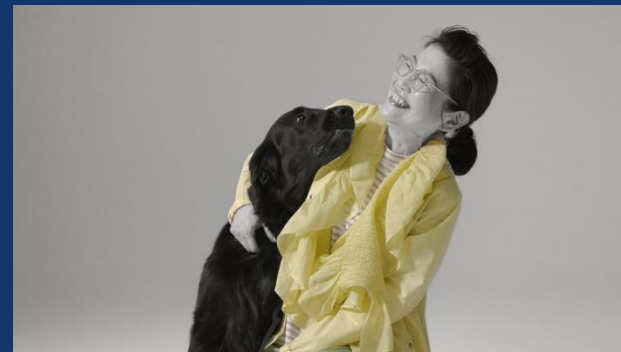
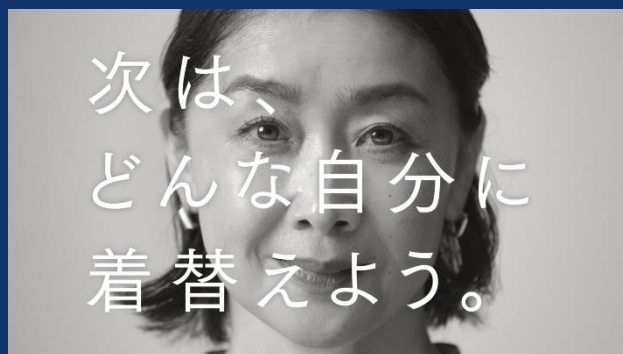
クロコダイル
オリジナルタータンチェック
特別商品を企画・販売



特設サイト開設
クロコダイルの歴史紹介
店頭・ECで連動した販促実施



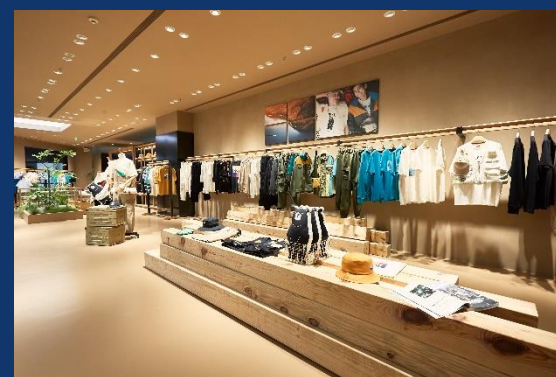
4月7日～ TVCM放映 ブランドの認知拡大を図る



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

2023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
(23年3月17日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表)

(連結)	2022年8月期	2023年8月期	
	通期実績	通期計画	前年比 (増減率)
売上高	19,398	21,460	10.6%
営業利益	144	250	72.8%
<売上比>	0.7%	1.2%	0.4pt
経常利益	641	480	▲25.1%
<売上比>	3.3%	2.2%	▲1.1pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	452	360	▲20.4%
<売上比>	2.3%	1.7%	▲0.7pt

<単位 百万円>

**「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・提供価値の中長期的な「価値拡大」を目指す**

2023年8月期 下期・通期計画【出退店】

出退店計画

872店舗
＜直営 13店舗 コーナー 859店舗＞

純減数 (2月末比)
▲8店舗
＜直営+1店舗 コーナー▲9店舗＞

2023年8月期配当 **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

- ・ 2023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

▶ 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（内女性1名）
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

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」



未来創造

PROJECT
YAMATO INTERNATIONAL

ウガンダオーガニックコットンによる商品の開発・販売

1965年



独立間もないウガンダに
紡績～縫製までの一貫工場を
設立・運営
ウガンダ名誉総領事の任を受け
ビザ発行やその機能を果たす等
国の発展に貢献



2022年

ウガンダ産のオーガニックコットンを使用した
商品の開発・販売がスタート



過去からの絆が再び形となり
ウガンダの産業支援や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、当社だからこそやれること、
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

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。