

2024年 8月期 第2四半期

決算説明資料

2024.4.12

YAMATO INTERNATIONAL INC.

<東証スタンダード市場 8127>

2024年スタートから4ヶ月経過

好景気な国内経済

好調な企業業績

日経平均株価が史上最高値を更新



「失われた30年」からの脱却へ

ライフスタイル・世界の政治・経済の変化

複雑化する外交関係・金融市場
賃金上昇・インフレ社会の到来

世の中の環境は大きく変化し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「Yamato 2026」を推進
「シン・ブランド創り」を目指し活動

2024年8月期 第2四半期

決算概要

中期ビジョン「Yamato 2026」初年度：24年8月期

【 主要分野 】

- ①収益率を高める分野（GMS）
- ②売上を伸長させる分野（EC/CITERA）
- ③将来の成長基盤を確立する分野（直営）

各分野における課題に取り組み
達成を目指しスタート

2024年8月期 第2四半期 決算概要

売上
(公表比)
▲2.8%

四半期純利益
(公表比)
5.1%

- ▶ 売上高 111億 75百万円
- ▶ 営業利益 1億 93百万円
- ▶ 経常利益 2億 46百万円
- ▶ 四半期純利益 1億 89百万円

- ▶ 増収減益となるも**四半期純利益は公表値を達成**
- ▶ 9月の残暑、10月以降も記録的な暖冬の影響により、売上・営業利益は公表値に若干未達
- ▶ 前年計上していた助成金の剥落がありながらも経常利益はほぼ公表どおりの結果

(連結)	2023年8月期	2024年8月期			
	2Q累計実績	公表	2Q累計実績	前年比 (増減率)	公表比 (増減率)
売上高	10,764	11,500	11,175	3.8%	▲2.8%
営業利益	219	220	193	▲11.7%	▲12.0%
<売上比>	2.0%	1.9%	1.7%	▲0.3pt	▲0.2pt
経常利益	418	250	246	▲41.3%	▲1.6%
<売上比>	3.9%	2.2%	2.2%	▲1.7pt	±0pt
親会社株主に帰属する 四半期純利益	344	180	189	▲45.2%	5.1%
<売上比>	3.2%	1.6%	1.7%	▲1.5pt	0.1pt

<単位 百万円>

2024年8月期 第2四半期 決算概要【売上・既存店】

売上
+3.8%

既存店
+4%

- ▶ 売上高+3.8%の増収
- ▶ クロコダイルグループ+4%の増収
- ▶ **既存店全社ベース+4%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 クロコダイルレディス	小計	
売上 (前年比)	+3.8%	+2%	+2%	+10%	+2%	+30%
既存店 (前年比)	+4%	+3%	+3%	+15%	+4%	+18%

2024年8月期 第2四半期 決算概要【既存店・客数・客単価月次推移】

店頭

- ▶ 9月は記録的な残暑の影響により秋物需要が低迷し客数が伸び悩むも10月以降はリブランディングの成果が表れ始めたことにより**コンスタントに客数が増加**
- ▶ 22年秋冬物より上代設定の見直しを進め今期においても商品価値に見合った適切な価格設定を実践し、**上期トータルで客単価は+2%増**

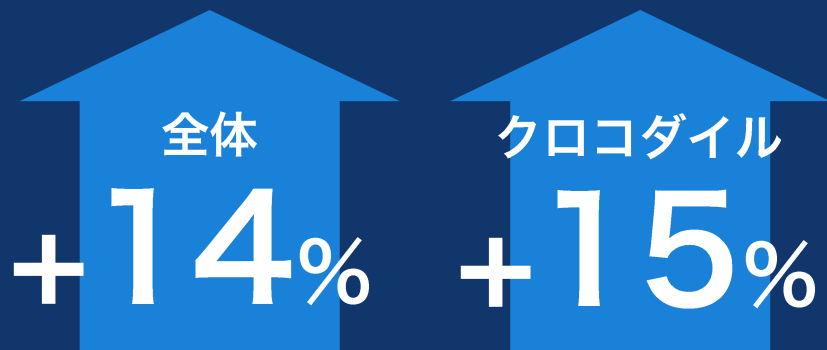
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期累計
売上	前年比	97%	104%	111%	102%	103%	108%	104%
客数	前年比	93%	100%	107%	103%	103%	106%	102%
客単価	前年比	103%	105%	103%	99%	99%	102%	102%

記録的残暑 → (9月) ← (10月) ← (11月) ← (12月) ← (1月) ← (2月) ← (上期累計)

前年以上の客数を獲得 (10月) → (11月) → (12月) → (1月) → (2月) → (上期累計)

※客数・客単価：主要コーナー及び直営店の既存店前年比を記載

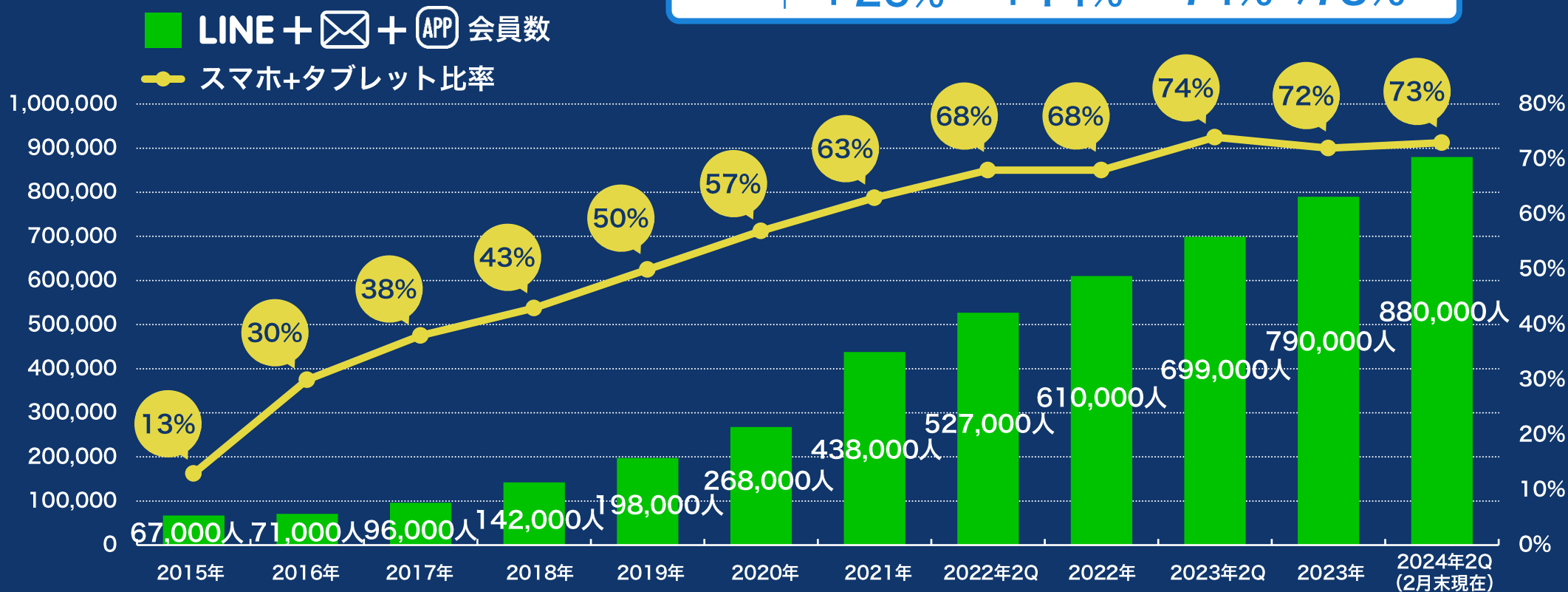
2024年8月期 第2四半期 決算概要【EC】



- ▶ 売上は暖冬の影響もあり前年比+14%と前年の伸長率には及ばず
- ▶ **クロコダイルアプリ利用者は順調に拡大し総会員数88万人に到達**
- ▶ 今後も売上の伸長を図るとともに利益重視の運営を行う

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
	+26%	+14%	74%⇒73%



2024年8月期 第2四半期 決算概要【粗利・在庫】

粗利率
▲0.6pt

在庫
1.8億円

【粗利率】

- ▶ 暖冬の影響を受け期末にかけて秋冬物在庫の消化を優先した結果▲0.6pt悪化

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
56.5%	55.9%	▲0.6pt

【在庫】

- ▶ 計画内に収まり、翌シーズンを健全な状態でスタートできる体制が整う

前年実績（単体）	当年実績（単体）	前年比（増減額）
2,098	2,280	+182

<単位 百万円>

下期

適切な価格設定を行いながら、利益重視の綿密な売価コントロールにより粗利率の向上と適切な在庫運営を目指す

2024年8月期 第2四半期 決算概要【販管費】

販管費
2.0億円

- ▶「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、ブランドの認知度拡大を図るべく実施しているTVCMなど積極的な投資を行うも計画内に収まる

(連結)	2023年8月期2Q累計		2024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	5,860	54.4%	6,056	54.2%	196
人件費	2,231	20.7%	2,247	20.1%	16
支払手数料	87	0.8%	97	0.9%	9
賃借料	87	0.8%	102	0.9%	15
減価償却費	60	0.6%	66	0.6%	5
その他経費	3,393	31.5%	3,542	31.7%	148

<単位 百万円>

2024年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

858店舗

<直営14店舗 コーナー844店舗>

純減数
(前年期末比)

▲20店舗

<直営+1店舗 コーナー▲21店舗>

2024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 < 2024年 2月末 >

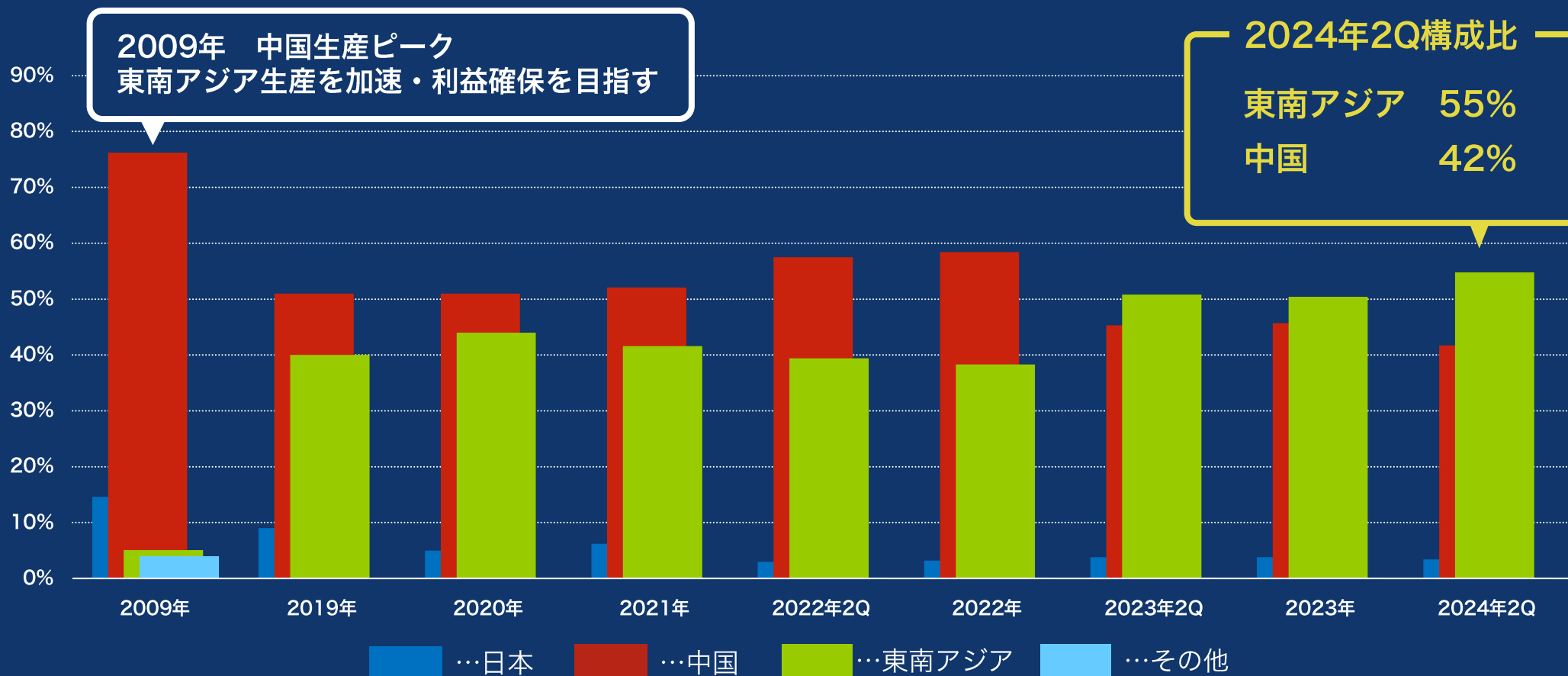
※グレー色表記ブランドは品揃えの一部として店舗内に展開

	前年実績 (2023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	426	-	-	418	418	▲8
リラックス	261	-	-	258	258	▲3
スイッチモーション クロコダイルメンズ	127	-	-	124	124	▲3
クロコダイルレディス	360	-	-	354	354	▲6
リラックス	164	-	-	163	163	▲1
スイッチモーション クロコダイルレディス	0	-	-	3	3	+3
クロコダイル コード	110	-	-	114	114	+4
スイッチモーション クロコダイルレディス	79	-	-	71	71	▲8
クロコダイル コード	0	-	-	1	1	+1
クロコダイル直営店	13	6	8	-	14	+1
計	878	6	8	844	858	▲20

昨年より出店を再開した直営店は郊外の地域密着型施設への出店を強化
「クロコダイル コード」の独立型コーナーも新たに出店を開始

2024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開拓が一段と進み、**東南アジアの構成比55%**
- ▶ 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

2024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167億98百万円から171億82百万円と増加
- ▶ 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

	2023年8月期	2024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	10,515	11,927	48.4%	1,412	13.4%
現預金＋有価証券	7,217	8,080	32.8%	862	12.0%
現金及び預金	4,817	5,680	23.1%	862	17.9%
有価証券	2,399	2,399	9.7%	0	0.0%
売掛金等	1,205	1,363	5.5%	158	13.2%
たな卸資産	1,943	2,397	9.7%	454	23.4%
その他	149	86	0.4%	▲62	▲42.0%
固定資産	11,961	12,695	51.6%	733	6.1%
有形固定資産	6,568	6,582	26.7%	13	0.2%
無形固定資産	18	14	0.1%	▲4	▲22.4%
投資その他の資産	5,374	6,098	24.8%	723	13.5%
資産合計	22,476	24,623	100.0%	2,146	9.6%
流動負債	4,358	6,132	24.9%	1,773	40.7%
固定負債	1,318	1,307	5.3%	▲11	▲0.8%
負債合計	5,677	7,440	30.2%	1,762	31.0%
純資産合計	16,798	17,182	69.8%	383	2.3%
負債・純資産合計	22,476	24,623	100.0%	2,146	9.6%

2024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……

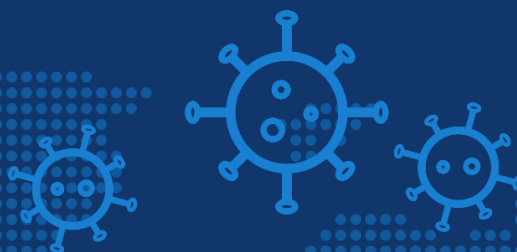
良い服を作るために 社員という人を創る
＝社員一人一人が必要な能力やスキルを習得し成長する

「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「Yamato 2026」

10年後を
視野に

次世代の潜在顧客獲得に
比重を置いた経営方針

初年度 24年8月期

主要分野

- ①収益率を高める分野（GMS）
- ②売上を伸長させる分野（EC/CITERA）
- ③将来の成長基盤を確立する分野（直営）

各分野における課題に引き続き注力

①収益率を高める分野 (GMS)

メインライン

クロコダイルグループ



ストラテジックライン

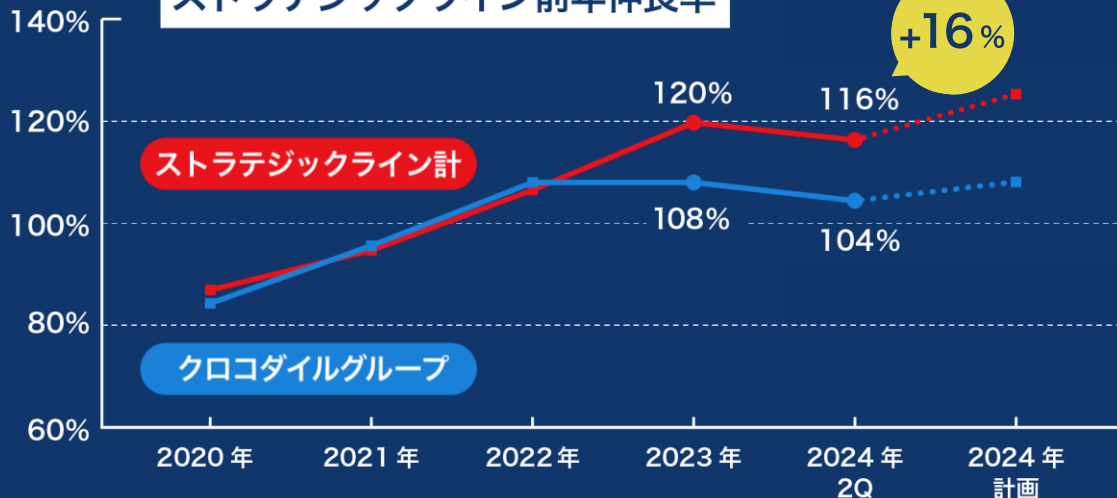


潜在顧客
獲得に
特化

両ブランドともに伸長
リブランディングの成果

前年比

ストラテジックライン前年伸長率



【旧会計基準比較】

①収益率を高める分野 (GMS)

ストラテジックライン ①

デザイン性・トレンド性を重視

クロコダイル コード

- ▶ 24年春夏から商品構成を拡充
アパレルに加え 足元も含めた
スタイル/コーディネート提案を強化
- ▶ 売場面積を拡張
独立型コーナーとして専任販売員をつけた
運営を開始
下期はこのような店舗形態の2桁出店を計画



①収益率を高める分野 (GMS)

ストラテジックライン ②

「もの創り」を最も重視

スイッチモーション
クロコダイル (メンズ・レディス)

- ▶ クロコダイルが本来持つスポーティなイメージを活用
スポーツ業界が取り組んでいる工夫・進化を取り入れる
- ▶ メンズの成長率が著しく
引き続き戦略的に提供価値の構築を目指す



ストラテジックラインの成長を目指し
グループ全体で既顧客の活性化による売上の底上げも図り
中長期的なブランド価値拡大につなげる

②売上を伸ばさせる分野 (EC/CITERA)



クロコダイル EC

▶ スタイリングについての悩みを解決する動画コンテンツ

—— スタイリングムービー ——



—— ライブ配信 ——



平和
島 Lab

YAMATO INTERNATIONAL

「平和島Lab」にて制作
著名スタイリストによる
配信を拡充



アプリ会員

➔ お客様の購買意欲の向上・売上に寄与

▶ クロコダイル コード・スイッチモーションの展開を強化

➔ 次の世代の獲得による顧客層の若返りも推進

②売上を伸ばさせる分野 (EC/CITERA)

CITERA®

引き続き
ECで事業拡大



商品に触れながらお客様と対話する場
バーニーズ ニューヨーク



商品の展開・取組みを
継続的に実施
順調に売上拡大

クロコダイル・CITERAともに
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を引き続き重視し取り組みを強化

③将来の成長基盤を確立する分野（直営）

直営プロパー店・アウトレット店ともに上期計画を達成

戦略的に推し進めてきた
「商品と店舗の原型づくり」が
整いつつある



10月オープン ニューポートひたちなか店

既存店
+18%増

プロパー店

- ▶ 郊外の地域密着型施設へ
メンズ・レディース複合店の出店を推進
- ▶ 潜在顧客獲得に向け
「クロコダイルコード」を柱とするレディース特化型の
店舗開発を目指す

アウトレット店

- ▶ 下期 **新たに2店舗**を出店予定

その他関連トピックス

ブランド認知拡大を図るためTVCMを放映

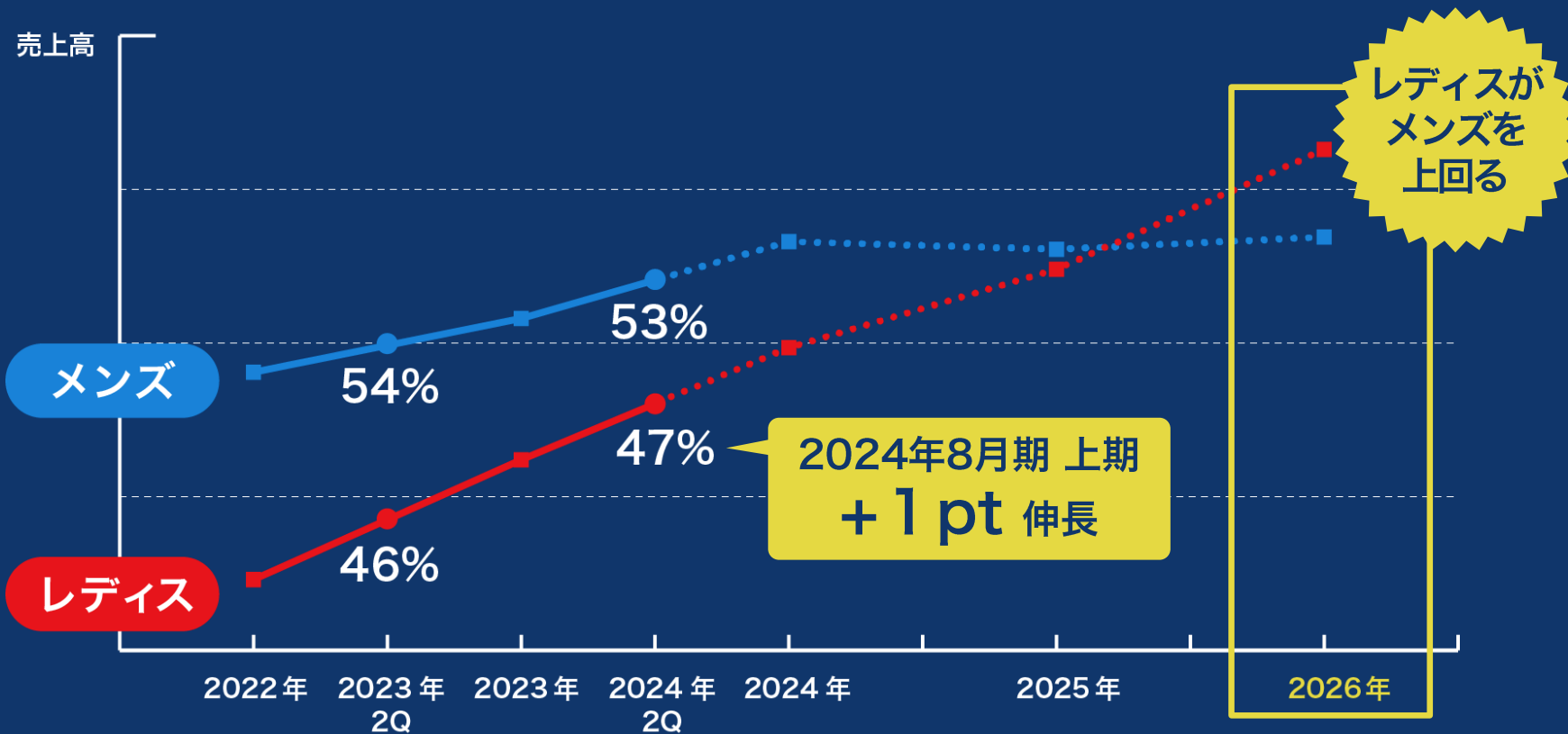
2023年10月東海・中国・九州沖縄エリアで放映



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
お客様も社員も誇れる「シン・ブランド創り」を実現

「Yamato 2026」完了
26年8月期末
売上構成比

レディース > メンズ



メンズ・レディース双方で「シン・ブランド創り」を実践

2024年8月期 下期・通期計画

(連結)	2023年8月期	2024年8月期	
	通期実績	通期計画	前年比 (増減率)
売上高	20,801	22,000	5.8%
営業利益	302	350	15.6%
<売上比>	1.5%	1.6%	0.1pt
経常利益	588	420	▲28.6%
<売上比>	2.8%	1.9%	▲0.9pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	563	330	▲41.4%
<売上比>	2.7%	1.5%	▲1.2pt

<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

2024年8月期 下期・通期計画【出退店】

出退店計画

853店舗

<直営 16店舗 コーナー 837店舗>

純減数
(2月末比)

▲5店舗

<直営+2店舗 コーナー▲7店舗>

2024年8月期 下期・通期計画【配当金】

2024年4月12日に配当予想の修正（増配）を公表

2024年8月期配当

16円/年(中間6円・期末10円)
増配(期末+4円)を予定

期末
+4円

年間
16円/年
(中間6円・期末10円)

ESGに関する取り組み

ESG活動を関連部署と協働し推進する 「Yamato 未来創造プロジェクト」



未来創造
PROJECT
YAMATO INTERNATIONAL

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**
 - ・ 2024年度上期のコピー用紙使用枚数77%削減（2016年度上期対比）
 - ・ 約850 コーナー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

① 環境や社会貢献に配慮した「もの創り」

リサイクルされた素材や副資材の使用・商品の製造過程における環境への配慮

目標 2030年時点で環境配慮型素材を使用した商品の割合を50%にする

② ウガンダオーガニックコットン 商品開発・販売

安定的にウガンダコットンを使用・拡大することで
ウガンダの産業支援や雇用創出に寄与



③ Project sustainability

不要になった服を回収し縫製工場が発生する端材を加え
新たな製品を創ることを目指すアップサイクルの取り組み開始



**社員・お客様それぞれが社会の一員として責任を果たし
共に未来を創造していくために
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む**

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。